

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РФ
Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования
«ДАГЕСТАНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
Факультет управления

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

**Рынки информационно-коммуникационных технологий и организация
продаж**

**Кафедра «Математическое моделирование, эконометрика и статистика»
факультета управления**

Образовательная программа
38.03.05 Бизнес – информатика

Профили подготовки:
**Технологическое предпринимательство,
Электронный бизнес**

Уровень высшего образования
бакалавриат

Форма обучения
очная

Статус дисциплины: базовая

Махачкала, 2017 год

Рабочая программа дисциплины "Рынки информационно-коммуникационных технологий и организация продаж" составлена в 2017 году в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки 38.03.05 Бизнес – информатика (уровень бакалавриата), утвержденным приказом Министерства образования и науки РФ от «11» августа 2016г. №1002.

Разработчик(и): к.э.н., доцент кафедры ММЭиС ДГУ Шамхалова Э.А.

Рабочая программа дисциплины одобрена:
на заседании кафедры ММЭиС от «25» апреля 2017г., протокол № 8

Зав. кафедрой  Джаватов Д.К.
(подпись)

на заседании Методической комиссии факультета управления от «12» мая 2017 г., протокол № 9.

Председатель  Камалова Т.А.
(подпись)

Рабочая программа дисциплины согласована с учебно-методическим управлением « » 2017 г. 
(подпись)

Содержание

Аннотация рабочей программы дисциплины.....	4
1.Цели освоения дисциплины.....	5
2.Место дисциплины в структуре ООП бакалавриата.....	5
3.Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины (перечень планируемых результатов обучения)	5
4. Объем, структура и содержание дисциплины.....	6
4.1. Объем дисциплины.....	6
4.2. Структура дисциплины.....	6
4.3. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам).....	7
5. Образовательные технологии.....	15
6.Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студентов.....	16
7. Фонд оценочных средств для проведения текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины.....	18
7.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы.....	18
7.2. Описание показателей и критериев оценивания компетенций, описание шкал оценивания.....	19
7.3. Типовые контрольные задания.....	23
7.4. Методические материалы, определяющие процедуру оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций.....	28
8. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины.....	30
9. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины.....	30
10. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины.....	30
11. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем.....	31
12. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине.....	31

Аннотация рабочей программы дисциплины

Дисциплина «Рынки информационно-коммуникационных технологий и организация продаж» входит в базовую часть образовательной программы бакалавриата по направлению 38.03.05 «Бизнес – информатика».

Дисциплина реализуется на факультете управления кафедрой Математическое моделирование, эконометрика и статистика.

Содержание дисциплины охватывает круг вопросов, связанных с формированием и анализом в сфере информационно-коммуникативных технологий и их применения для управления предприятием, изучение основных понятий, истории развития рынка информационно-коммуникационных технологий, тенденций мирового и российского рынка, а также структуры рынка и особенностей организации продаж.

Дисциплина нацелена на формирование следующих компетенций выпускника: профессиональных-ПК-2, ПК-3, ПК-25, ПК-26.

Преподавание дисциплины предусматривает проведение следующих видов учебных занятий: лекции, практические занятия, самостоятельная работа.

Рабочая программа дисциплины предусматривает проведение следующих видов контроля: текущего контроля успеваемости в форме опросов, рефератов, дискуссий, тестов и промежуточный контроль в форме зачета.

Объем дисциплины 3 зачетных единиц, в том числе в академических часах 108ч. по видам учебных занятий

Семес тр	Учебные занятия						СРС, в том числе экзамен	Форма промежуточной аттестации (зачет, дифференцирован ный зачет, экзамен	
	в том числе								
	Контактная работа обучающихся с преподавателем								
	Всего	из них							
Лекции		Лабораторные занятия	Практические занятия	КСР	консультации				
5	108	18	-	36	-	-	54	зачет	

1. Цели освоения дисциплины

Целями освоения дисциплины «Рынки ИКТ и организация продаж» является получение системных знаний о методах анализа высокотехнологических рынков, структуре рынка ИТ, его основных участниках, основных тенденциях, принципах организации отделов маркетинга и продаж решений в области информационных технологий в компаниях.

2. Место дисциплины в структуре ООП бакалавриата

Дисциплина «Рынки ИКТ и организация продаж» входит в базовую, часть образовательной программы бакалавриата по направлению 38.03.05 «Бизнес – информатика».

Дисциплина «Рынки ИКТ и организация продаж» базируется на знаниях менеджмента, деловые коммуникации, Корпоративные информационные системы. Изучение данной дисциплины должно предшествовать изучению «Анализ и синтез управленческих решений», «Управление ИТ- проектами и других дисциплин профессионального цикла.

3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины (перечень планируемых результатов обучения).

Компетенции	Формулировка компетенции из ФГОС ВО	Планируемые результаты обучения (показатели достижения заданного уровня освоения компетенций)
ПК-2	проведение исследования и анализа рынка ИС и ИКТ;	Знать: методы изучения анализа рынка ИКТ. Уметь: выполнять анализ рынка ИКТ Владеть: навыками исследования и анализа рынка ИС и ИКТ.
ПК-3	выбор рациональных ИС и ИКТ решения для управления бизнесом;	Знать: основы теории массового обслуживания и основы теории управления бизнесом для решения ИКТ. Уметь: применять математические методы и инструментальные средства для исследования объектов профессиональной деятельности. Владеть: методами рационального выбора ИС и ИКТ для управления бизнесом.
ПК-25	способность описывать целевые сегменты ИКТ-рынка;	Знать: понятие и структуру целевых сегментов рынка ИКТ. Уметь: собирать вторичную и первичную информацию, ее систематизировать, анализировать, выделять тенденции, проводить сегментирование рынка, выделять целевые сегменты. Владеть: навыками выделения и

		описания сегментов рынка ИКТ.
ПК-26	способность разрабатывать бизнес-планы по создания новых бизнесов-проектов на основе инноваций в сфере ИКТ	<p>Знать: шаблон бизнес модели истории успеха крупнейших предпринимательских организаций в сфере ИКТ, принципы построения бизнеса, нацеленного на рост капитализации.</p> <p>Уметь: строить бизнес-модели, разрабатывать концепцию подрывной инновации в сфере ИКТ.</p> <p>Владеть: навыки (приобрести опыт) построения бизнес-модели и разработки подрывной инновации.</p>

4. Объем, структура и содержание дисциплины.

4.1. Объем дисциплины составляет 3 зачетных единиц, 108ч. академических часов.

4.2. Структура дисциплины.

№ п/п	Разделы и темы дисциплины	Семестр	Неделя семестра	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу студентов и трудоемкость (в часах)				Самостоятельная работа	Формы текущего контроля успеваемости (по неделям семестра) Форма промежуточной аттестации (по семестрам)
				Лекции	Практические занятия	Лабораторные занятия	Контроль самост. раб.		
Модуль 1. Рынок ИКТ									
1.	Тема 1.1. Анализ рынка ИКТ.	5	1-2	2	4	-	-	6	Текущий опрос, тестирование, защита рефератов.
2.	Тема 1.2. Методы анализа рынка ИТ.	5	3-4	2	4	-	-	6	Дискуссия. Работа в малых группах, разбор практических ситуаций.
3.	Тема 1.3. Технологические, отраслевые, страноведческие аспекты анализа.	5	5-6	2	4	-	-	6	Опросы, участие в дискуссиях, защита рефератов.
	<i>Итого по модулю 1:</i>	36	1-6	6	12	-	-	18	Устный опрос.
Модуль 2 Рынок бизнес-приложений									
1.	Тема 2.1. Мировой и российский рынок горизонтальных и вертикальных	5	7-8	2	4	-	-	4	Текущий опрос, тестирование, домашние задания

	бизнес-приложений.								рефераты.
2.	Тема 2.2. Рынок горизонтальных бизнес-приложений.	5	9-10	2	4	-	-	6	Дискуссия. Работа в малых группах, разбор практических ситуаций.
3.	Тема 2.3. Рынок вертикальных бизнес-приложений.	5	11-12	2	6	-	-	6	Опросы, участие в дискуссиях, представление докладов.
	<i>Итого по модулю 2:</i>	36	7-12	6	14	-	-	16	Устный опрос .
Модуль 3 Организация продаж									
1.	Тема 3.1. Организация продаж в области ИТ.	5	13-14	2	2	-	-	6	Текущий опрос, тестирование, домашнее задание, рефераты.
2.	Тема 3.2. Стратегия компании, ее маркетинга и продаж.	5	15-16	2	4	-	-	8	Дискуссия. Работа в малых группах, разбор практических ситуаций.
3.	Тема 3.3. Построение партнерской маркетинговой сети и продаже решений.	5	17-18	2	4	-	-	6	Опросы, участие в дискуссиях, представление докладов.
	<i>Итого по модулю 3:</i>	36	13-18	6	10	-	-	20	Устный опрос.
	Промежуточный контроль								Зачет.
ИТОГО:		108	1-18	18	36	-	-	54	

4.3. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам).

Модуль I. Рынок ИКТ.

Тема 1.1. Анализ рынка ИКТ.

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 1.2. Методы анализа рынка ИТ.

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.

Тема 1.3. Технологические, отраслевые, страноведческие аспекты анализа.

Объем и динамика роста рынка ИКТ, основные технологические и

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

Модуль II. Рынок бизнес-приложений.

Тема 2.1. Мировой и российский рынок горизонтальных и вертикальных бизнес-приложений.

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

Тема 2.2. Рынок горизонтальных бизнес-приложений.

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

Тема 2.3 Рынок вертикальных бизнес-приложений.

Рынок вертикальных 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.

Модуль III. Организация продаж.

Тема 3.1. Организация продаж в области ИТ.

Рынок труда в отрасли ИТ в России и ведущих государствах (США, Индия, Китай, ЕС). Организация продаж в области ИТ.

Тема 3. 2.Стратегия компании, ее маркетинга и продаж.

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

Тема 3.3. 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.

Темы практических и/или семинарских занятий

Занятие 1.

ТЕМА. Анализ рынка ИКТ(2ч.)

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

Литература:

1. Абрамова А.В., Савинов Ю.А. Международный бизнес в области

- информационных технологий. М.: Аспект Пресс, 2010. 206 с.
2. Клинов В.Г. Ревенко Л.С., Ружинская Т.И. Мировые товарные рынки и цены. М.: МГИМО-Университет, 2012. 500 с.
 3. Шульцева В.К. Роль инфокоммуникаций в модернизации современной экономики /Современные процессы модернизации экономики зарубежных стран. Отв. ред. В.Б. Кондратьев. М.: ИМЭМО РАН, 2012. 354 с.
 4. АНАЛИТИЧЕСКИЙ ОТЧЕТ Рынок информационных технологий в России. DISCOVERY Research Group. Москва - 2012 г.

Занятие 2.

ТЕМА. Анализ рынка ИКТ(2ч.)

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

Литература:

1. Абрамова А.В., Савинов Ю.А. Международный бизнес в области информационных технологий. М.: Аспект Пресс, 2010. 206 с.
2. Клинов В.Г. Ревенко Л.С., Ружинская Т.И. Мировые товарные рынки и цены. М.: МГИМО-Университет, 2012. 500 с.
3. Шульцева В.К. Роль инфокоммуникаций в модернизации современной экономики /Современные процессы модернизации экономики зарубежных стран. Отв. ред. В.Б. Кондратьев. М.: ИМЭМО РАН, 2012. 354 с.
4. АНАЛИТИЧЕСКИЙ ОТЧЕТ Рынок информационных технологий в России. DISCOVERY Research Group. Москва - 2012 г.

Занятие 3.

Тема. Методы анализа рынка ИТ.(2ч.)

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.

Литература:

1. Абрамова А.В., Савинов Ю.А. Международный бизнес в области информационных технологий. М.: Аспект Пресс, 2010. 206 с.
2. Клинов В.Г. Ревенко Л.С., Ружинская Т.И. Мировые товарные рынки и цены. М.: МГИМО-Университет, 2012. 500 с.
3. Шульцева В.К. Роль инфокоммуникаций в модернизации современной экономики /Современные процессы модернизации экономики зарубежных стран. Отв. ред. В.Б. Кондратьев. М.: ИМЭМО РАН, 2012. 354 с.
4. АНАЛИТИЧЕСКИЙ ОТЧЕТ Рынок информационных технологий в

России. DISCOVERY Research Group. Москва - 2012 г.

Занятие 4.

Тема. Методы анализа рынка ИТ.(2ч.)

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.

Литература:

1. Абрамова А.В., Савинов Ю.А. Международный бизнес в области информационных технологий. М.: Аспект Пресс, 2010. 206 с.
2. Клинов В.Г. Ревенко Л.С., Ружинская Т.И. Мировые товарные рынки и цены. М.: МГИМО-Университет, 2012. 500 с.
3. Шульцева В.К. Роль инфокоммуникаций в модернизации современной экономики /Современные процессы модернизации экономики зарубежных стран. Отв. ред. В.Б. Кондратьев. М.: ИМЭМО РАН, 2012. 354 с.
4. АНАЛИТИЧЕСКИЙ ОТЧЕТ Рынок информационных технологий в России. DISCOVERY Research Group. Москва - 2012 г.

Занятие 5.

Тема. Технологические, отраслевые, страноведческие аспекты анализа. (2ч.)

1. Объем и динамика роста рынка ИКТ, основные технологические и бизнес-факторы развития.
2. Технологические, отраслевые, страноведческие аспекты анализа.
3. Анализ поставщиков товаров и услуг.

Литература:

1. Абрамова А.В., Савинов Ю.А. Международный бизнес в области информационных технологий. М.: Аспект Пресс, 2010. 206 с.
2. Клинов В.Г. Ревенко Л.С., Ружинская Т.И. Мировые товарные рынки и цены. М.: МГИМО-Университет, 2012. 500 с.
3. Шульцева В.К. Роль инфокоммуникаций в модернизации современной экономики /Современные процессы модернизации экономики зарубежных стран. Отв. ред. В.Б. Кондратьев. М.: ИМЭМО РАН, 2012. 354 с.
4. АНАЛИТИЧЕСКИЙ ОТЧЕТ Рынок информационных технологий в России. DISCOVERY Research Group. Москва - 2012 г.

Занятие 6.

Тема. Технологические, отраслевые, страноведческие аспекты анализа. (2ч.)

1. Объем и динамика роста рынка ИКТ, основные технологические и бизнес-факторы развития.
2. Технологические, отраслевые, страноведческие аспекты анализа.
3. Анализ поставщиков товаров и услуг.

Литература:

1. Абрамова А.В., Савинов Ю.А. Международный бизнес в области информационных технологий. М.: Аспект Пресс, 2010. 206 с.
2. Клинов В.Г. Ревенко Л.С., Ружинская Т.И. Мировые товарные рынки и цены. М.: МГИМО-Университет, 2012. 500 с.
3. Шульцева В.К. Роль инфокоммуникаций в модернизации современной экономики /Современные процессы модернизации экономики зарубежных стран. Отв. ред. В.Б. Кондратьев. М.: ИМЭМО РАН, 2012. 354 с.
4. АНАЛИТИЧЕСКИЙ ОТЧЕТ Рынок информационных технологий в России. DISCOVERY Research Group. Москва - 2012 г.

Занятие 7.

Тема. Мировой и российский рынок горизонтальных и вертикальных бизнес-приложений. (2ч.)

1. Мировой и российский рынок горизонтальных и вертикальных бизнес-приложений.
2. Мировой и российский рынок систем автоматизации производства.

Литература:

1. Абрамова А.В., Савинов Ю.А. Международный бизнес в области информационных технологий. М.: Аспект Пресс, 2010. 206 с.
2. Клинов В.Г. Ревенко Л.С., Ружинская Т.И. Мировые товарные рынки и цены. М.: МГИМО-Университет, 2012. 500 с.
3. Шульцева В.К. Роль инфокоммуникаций в модернизации современной экономики /Современные процессы модернизации экономики зарубежных стран. Отв. ред. В.Б. Кондратьев. М.: ИМЭМО РАН, 2012. 354 с.
4. АНАЛИТИЧЕСКИЙ ОТЧЕТ Рынок информационных технологий в России. DISCOVERY Research Group. Москва - 2012 г.

Занятие 8.

Тема. Мировой и российский рынок горизонтальных и вертикальных бизнес-приложений. (2ч.)

1. Мировой и российский рынок горизонтальных и вертикальных бизнес-приложений.
2. Мировой и российский рынок систем автоматизации производства.

Литература:

1. Абрамова А.В., Савинов Ю.А. Международный бизнес в области информационных технологий. М.: Аспект Пресс, 2010. 206 с.
2. Клинов В.Г. Ревенко Л.С., Ружинская Т.И. Мировые товарные рынки и цены. М.: МГИМО-Университет, 2012. 500 с.
3. Шульцева В.К. Роль инфокоммуникаций в модернизации современной экономики /Современные процессы модернизации экономики зарубежных стран. Отв. ред. В.Б. Кондратьев. М.: ИМЭМО РАН, 2012. 354 с.
4. АНАЛИТИЧЕСКИЙ ОТЧЕТ Рынок информационных технологий в России. DISCOVERY Research Group. Москва - 2012 г.

Занятие 9.

Тема. Рынок горизонтальных бизнес-приложений. (2ч.)

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

Литература:

1. Абрамова А.В., Савинов Ю.А. Международный бизнес в области информационных технологий. М.: Аспект Пресс, 2010. 206 с.
2. Клинов В.Г. Ревенко Л.С., Ружинская Т.И. Мировые товарные рынки и цены. М.: МГИМО-Университет, 2012. 500 с.
3. Шульцева В.К. Роль инфокоммуникаций в модернизации современной экономики /Современные процессы модернизации экономики зарубежных стран. Отв. ред. В.Б. Кондратьев. М.: ИМЭМО РАН, 2012. 354 с.
4. АНАЛИТИЧЕСКИЙ ОТЧЕТ Рынок информационных технологий в России. DISCOVERY Research Group. Москва - 2012 г.

Занятие 10.

Тема. Рынок горизонтальных бизнес-приложений.(2ч.)

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

Литература:

1. Абрамова А.В., Савинов Ю.А. Международный бизнес в области информационных технологий. М.: Аспект Пресс, 2010. 206 с.
2. Клинов В.Г. Ревенко Л.С., Ружинская Т.И. Мировые товарные рынки и цены. М.: МГИМО-Университет, 2012. 500 с.
3. Шульцева В.К. Роль инфокоммуникаций в модернизации современной экономики /Современные процессы модернизации экономики зарубежных стран. Отв. ред. В.Б. Кондратьев. М.: ИМЭМО РАН, 2012. 354 с.
4. АНАЛИТИЧЕСКИЙ ОТЧЕТ Рынок информационных технологий в России. DISCOVERY Research Group. Москва - 2012 г.

Занятие 11.

Тема. Рынок вертикальных бизнес-приложений.(2ч.)

1. Рынок вертикальных бизнес-приложений: 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.

Литература:

1. Абрамова А.В., Савинов Ю.А. Международный бизнес в области

- информационных технологий. М.: Аспект Пресс, 2010. 206 с.
2. Клинов В.Г. Ревенко Л.С., Ружинская Т.И. Мировые товарные рынки и цены. М.: МГИМО-Университет, 2012. 500 с.
 3. Шульцева В.К. Роль инфокоммуникаций в модернизации современной экономики /Современные процессы модернизации экономики зарубежных стран. Отв. ред. В.Б. Кондратьев. М.: ИМЭМО РАН, 2012. 354 с.
 4. АНАЛИТИЧЕСКИЙ ОТЧЕТ Рынок информационных технологий в России. DISCOVERY Research Group. Москва - 2012 г.

Занятие 12.

Тема. Рынок вертикальных бизнес-приложений.(2ч.)

1. Рынок вертикальных бизнес-приложений: 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.

Литература:

1. Абрамова А.В., Савинов Ю.А. Международный бизнес в области информационных технологий. М.: Аспект Пресс, 2010. 206 с.
2. Клинов В.Г. Ревенко Л.С., Ружинская Т.И. Мировые товарные рынки и цены. М.: МГИМО-Университет, 2012. 500 с.
3. Шульцева В.К. Роль инфокоммуникаций в модернизации современной экономики /Современные процессы модернизации экономики зарубежных стран. Отв. ред. В.Б. Кондратьев. М.: ИМЭМО РАН, 2012. 354 с.
4. АНАЛИТИЧЕСКИЙ ОТЧЕТ Рынок информационных технологий в России. DISCOVERY Research Group. Москва - 2012 г.

Занятие 13.

Тема. Рынок вертикальных бизнес-приложений.(2ч.)

1. Рынок вертикальных бизнес-приложений: 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.

Литература:

1. Абрамова А.В., Савинов Ю.А. Международный бизнес в области информационных технологий. М.: Аспект Пресс, 2010. 206 с.
2. Клинов В.Г. Ревенко Л.С., Ружинская Т.И. Мировые товарные рынки и цены. М.: МГИМО-Университет, 2012. 500 с.
3. Шульцева В.К. Роль инфокоммуникаций в модернизации современной экономики /Современные процессы модернизации экономики зарубежных стран. Отв. ред. В.Б. Кондратьев. М.: ИМЭМО РАН, 2012. 354 с.
4. АНАЛИТИЧЕСКИЙ ОТЧЕТ Рынок информационных технологий в России. DISCOVERY Research Group. Москва - 2012 г.

Занятие 14.

Тема. Организация продаж в области ИТ. (2ч.)

1. Рынок труда в отрасли ИТ в России и ведущих государствах (США, Индия, Китай, ЕС).
2. Организация продаж в области ИТ.

Литература:

1. Абрамова А.В., Савинов Ю.А. Международный бизнес в области информационных технологий. М.: Аспект Пресс, 2010. 206 с.
2. Клинов В.Г. Ревенко Л.С., Ружинская Т.И. Мировые товарные рынки и цены. М.: МГИМО-Университет, 2012. 500 с.
3. Шульцева В.К. Роль инфокоммуникаций в модернизации современной экономики /Современные процессы модернизации экономики зарубежных стран. Отв. ред. В.Б. Кондратьев. М.: ИМЭМО РАН, 2012. 354 с.
4. АНАЛИТИЧЕСКИЙ ОТЧЕТ Рынок информационных технологий в России. DISCOVERY Research Group. Москва - 2012 г.

Занятие 15.

Тема. Стратегия компании, ее маркетинга и продаж.(2ч.)

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

Литература:

1. Абрамова А.В., Савинов Ю.А. Международный бизнес в области информационных технологий. М.: Аспект Пресс, 2010. 206 с.
2. Клинов В.Г. Ревенко Л.С., Ружинская Т.И. Мировые товарные рынки и цены. М.: МГИМО-Университет, 2012. 500 с.
3. Шульцева В.К. Роль инфокоммуникаций в модернизации современной экономики /Современные процессы модернизации экономики зарубежных стран. Отв. ред. В.Б. Кондратьев. М.: ИМЭМО РАН, 2012. 354 с.
4. АНАЛИТИЧЕСКИЙ ОТЧЕТ Рынок информационных технологий в России. DISCOVERY Research Group. Москва - 2012 г.

Занятие 16.

Тема. Стратегия компании, ее маркетинга и продаж.(2ч.)

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

Литература:

1. Абрамова А.В., Савинов Ю.А. Международный бизнес в области информационных технологий. М.: Аспект Пресс, 2010. 206 с.
2. Клинов В.Г. Ревенко Л.С., Ружинская Т.И. Мировые товарные рынки и цены. М.: МГИМО-Университет, 2012. 500 с.
3. Шульцева В.К. Роль инфокоммуникаций в модернизации современной экономики /Современные процессы модернизации экономики зарубежных стран. Отв. ред. В.Б. Кондратьев. М.: ИМЭМО РАН, 2012.354 с.
4. АНАЛИТИЧЕСКИЙ ОТЧЕТ Рынок информационных технологий в России. DISCOVERY Research Group. Москва - 2012 г.

Занятие 17.

Тема. Построение партнерской маркетинговой сети и продаже решений.(2ч.)

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

Литература:

1. Абрамова А.В., Савинов Ю.А. Международный бизнес в области информационных технологий. М.: Аспект Пресс, 2010. 206 с.
2. Клинов В.Г. Ревенко Л.С., Ружинская Т.И. Мировые товарные рынки и цены. М.: МГИМО-Университет, 2012. 500 с.
3. Шульцева В.К. Роль инфокоммуникаций в модернизации современной экономики /Современные процессы модернизации экономики зарубежных стран. Отв. ред. В.Б. Кондратьев. М.: ИМЭМО РАН, 2012. 354 с.
4. АНАЛИТИЧЕСКИЙ ОТЧЕТ Рынок информационных технологий в России. DISCOVERY Research Group. Москва - 2012 г.

Занятие 18.

Тема. Построение партнерской маркетинговой сети и продаже решений.(2ч.)

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

Литература:

1. Абрамова А.В., Савинов Ю.А. Международный бизнес в области информационных технологий. М.: Аспект Пресс, 2010. 206 с.
2. Клинов В.Г. Ревенко Л.С., Ружинская Т.И. Мировые товарные рынки и цены. М.: МГИМО-Университет, 2012. 500 с.
3. Шульцева В.К. Роль инфокоммуникаций в модернизации современной экономики /Современные процессы модернизации экономики зарубежных стран. Отв. ред. В.Б. Кондратьев. М.: ИМЭМО РАН, 2012. 354 с.
4. АНАЛИТИЧЕСКИЙ ОТЧЕТ Рынок информационных технологий в России. DISCOVERY Research Group. Москва - 2012 г.

5. Образовательные технологии.

С целью формирования и развития профессиональных навыков, обучающихся в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки, предусматривается широкое использование в учебном процессе активных и интерактивных форм проведения занятий:

- во время лекционных занятий используется презентация с применением слайдов с графическим и табличным материалом, что

повышает наглядность и информативность используемого теоретического материала;

- практические занятия предусматривают использование групповой формы обучения, которая позволяет студентам эффективно взаимодействовать в микрогруппах при обсуждении теоретического материала;

- использование кейс–метода (проблемно–ориентированного подхода), то есть анализ и обсуждение в микрогруппах конкретной деловой ситуации из практического опыта рынка ИКТ отечественных и зарубежных компаний;

- использование тестов для контроля знаний во время текущих аттестаций и промежуточной аттестации;

- подготовка рефератов и докладов по самостоятельной работе студентов и выступление с докладом перед аудиторией, что способствует формированию навыков устного выступления по изучаемой теме и активизирует познавательную активность студентов.

Предусмотрены также встречи с представителями предпринимательских структур, государственных и общественных организаций, мастер-классы специалистов.

6. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студентов.

Задания для самостоятельной работы, их содержание и форма контроля приведены в форме таблицы.

Наименование тем	Содержание самостоятельной работы	Форма контроля
Тема 1.1. Анализ рынка ИКТ.	изучение разделов дисциплины по учебной литературе, в том числе вопросов, не освещаемых на лекциях.	Устный опрос Дискуссия, защита реферата.
Тема 1.2. Методы анализа рынка ИТ.	изучение разделов дисциплины по учебной литературе, в том числе вопросов, не освещаемых на лекциях.	домашнее задание дискуссия, защита реферата.
Тема 1.3. Технологические, отраслевые, страноведческие аспекты анализа.	изучение разделов дисциплины по учебной литературе, в том числе вопросов, не освещаемых на лекциях.	Устный опрос дискуссия, защита реферата.
Тема 2.1. Мировой и российский рынок горизонтальных и вертикальных бизнес-приложений.	изучение разделов дисциплины по учебной литературе, в том числе вопросов, не освещаемых на лекциях.	Устный опрос дискуссия, защита реферата.
Тема 2.2. Рынок горизонтальных бизнес-приложений.	изучение разделов дисциплины по учебной литературе, в том числе вопросов, не освещаемых на лекциях.	Домашнее задание дискуссия.
Тема 2.3. Рынок вертикальных бизнес-приложений.	изучение разделов дисциплины по учебной литературе, в том числе вопросов, не освещаемых на лекциях.	Опрос на практических занятиях, защита реферата.

Тема 3.1. Организация продаж в области ИТ.	изучение разделов дисциплины по учебной литературе, в том числе вопросов, не освещаемых на лекциях.	Домашнее задание дискуссия, защита реферата.
Тема 3.2 Стратегия компании, ее маркетинга и продаж.	изучение разделов дисциплины по учебной литературе, в том числе вопросов, не освещаемых на лекциях.	Устный опрос дискуссия.
Тема 3.3. Построение партнерской маркетинговой сети и продаже решений.	изучение разделов дисциплины по учебной литературе, в том числе вопросов, не освещаемых на лекциях	Устный опрос Дискуссия, защита реферата

Целью подготовки реферата является приобретение навыков творческого обобщения и анализа имеющейся литературы по рассматриваемым вопросам, что обычно является первым этапом самостоятельной работы. По каждому модулю предусмотрены написание и защита рефератов. Всего по дисциплине студент может представить шесть рефератов. Тему реферата студент выбирает самостоятельно из предложенной тематики. При написании реферата надо составить краткий план, с указанием основных вопросов избранной темы. Реферат должен включать введение, несколько вопросов, посвященных рассмотрению темы, заключение и список использованной литературы. В вводной части реферата следует указать основания, послужившие причиной выбора данной темы, отметить актуальность рассматриваемых в реферате вопросов. В основном разделе излагаются наиболее существенные сведения по теме, производится их анализ, отмечаются отдельные недостатки или нерешенные еще вопросы, вносятся и обосновываются предложения по повышению качества потребительских товаров, расширению ассортимента, совершенствованию контроля за качеством и т.д. В заключении реферата на основании изучения литературных источников должны быть сформулированы краткие выводы и предложения. Список литературы оформляется в соответствии с требованиями ГОСТ 7.1-84 «Библиографическое описание документа». Перечень литературы составляется в алфавитном порядке фамилий первых авторов, со сквозной нумерацией. Примерный объем реферата 15-20 страниц.

Предусмотрено проведение индивидуальной работы (консультаций) со студентами в ходе изучения материала данной дисциплины.

6.1. Тематика рефератов:

1. Рынок ИКТ России: состояние развития и перспективы.
2. Автоматизация производства.
3. Барьеры входа на рынок ИТ в России.
4. Состояние рынка труда в ИТ – сфера.
5. Госпрограммы развития ИТ-рынка в России.
6. Конкуренция на мировом рынке ИТ.
7. Перспективы ИТ-рынка.
8. Деятельность государства на российском рынке ИКТ.
9. Взаимодействие ИТ и бизнес.

10. Инфраструктура рынка ИТ в России
11. Формы и методы ценообразования на рынке ИКТ.
12. Рынок ИКТ и информационная безопасность России.
13. Российский рынок программного обеспечения.
14. ERP–системы.
15. Программное обеспечение как услуги.
16. Потенциал рынка ЦОД.
17. Факторы, влияющие на развитие рынка ИТ-услуг в России.
18. Деятельность иностранных компаний на рынке ИТ.
19. Мировой рынок информационных технологий.
20. Российский рынок ИТ.
21. Факторы развития рынка ИТ.
22. Российский рынок программного обеспечения (ПО).
23. Российский рынок аппаратного обеспечения (АО).
24. Российский рынок ИТ-услуг.
25. Основные потребители на рынке ИТ в России.
26. Киберпреступность на российском рынке ИТ.

7. Фонд оценочных средств для проведения текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины.

7.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы.

Компетенция	Знания, умения, навыки	Процедура освоения
ПК-2 «проведение исследования и анализа рынка ИС и ИКТ».	Знать: методы изучения анализа рынка ИКТ Уметь: выполнять анализ рынка ИКТ. Владеть: навыками исследования и анализа рынка ИС и ИКТ.	Устный опрос, написание рефератов, тестирование.
ПК-3 «выбор рациональных ИС и ИКТ решения для управления бизнесом».	Знать: основы теории массового обслуживания и основы теории управления бизнесом для решения ИКТ. Уметь: применять математические методы и инструментальные средства для исследования объектов профессиональной деятельности. Владеть: методами рационального выбора ИС и ИКТ для управления бизнесом.	Устный опрос, написание рефератов, круглый стол.
ПК-25 «способность описывать целевые сегменты ИКТ-рынка».	Знать: понятие и структуру целевых сегментов рынка ИКТ. Уметь: собирать вторичную и первичную информацию, ее систематизировать, анализировать, выделять тенденции, проводить сегментирование рынка, выделять целевые сегменты.	Устный опрос, написание рефератов, тестирование.

	Владеть: навыками выделения и описания сегментов рынка ИКТ	
ПК-26 «способность разрабатывать бизнес-планы по созданию новых бизнесов-проектов на основе инноваций в сфере ИКТ».	Знать: шаблон бизнес модели, истории успеха крупнейших предпринимательских организаций в сфере ИКТ, принципы построения бизнеса, нацеленного на рост капитализации. Уметь: строить бизнес-модели, разрабатывать концепцию подрывной инновации в сфере ИКТ. Владеть: навыки (приобрести опыт) построения бизнес-модели и разработки подрывной инновации.	Устный опрос, написание рефератов.

7.2. Описание показателей и критериев оценивания компетенций, описание шкал оценивания.

ПК-2

Схема оценки уровня формирования компетенции «проведение исследования и анализа рынка ИС и ИКТ».

Уровень	Показатели (что обучающийся должен продемонстрировать)	Оценочная шкала		
		Удовлетворительно	Хорошо	Отлично
Пороговый	Знать: методы изучения анализа рынка ИКТ.	Имеет неполное представление о методе изучения и анализа рынка ИКТ.	Допускает неточности в понимании о методе изучения и анализа рынка ИКТ.	Демонстрирует четкое понимание о методе изучения и анализа рынка ИКТ.
	Уметь: выполнять анализ рынка ИКТ.	Демонстрирует слабое умение самостоятельно выполнять анализ рынка ИКТ.	Может самостоятельно с допущением некоторых неточностей выполнить анализ рынка ИКТ.	Может эффективно самостоятельно выполнять анализ рынка ИКТ.
	Владеть: навыками исследования и анализа рынка ИС и ИКТ.	Демонстрирует слабое владение навыками исследования и анализа рынка ИС и ИКТ.	Демонстрирует неполно владение навыками исследования и анализа рынка ИС и ИКТ.	Демонстрирует достаточное владение навыками исследования и анализа рынка ИС и ИКТ.

ПК-3

Схема оценки уровня формирования компетенции «выбор рациональных ИС и ИКТ решения для управления бизнесом».

Уровень	Показатели (что обучающийся должен продемонстрировать)	Оценочная шкала		
		Удовлетворительно	Хорошо	Отлично
Пороговый	Знать: основы теории массового обслуживания и основы теории управления бизнесом для решения ИКТ.	Имеет неполное представление о основе теории массового обслуживания и основах теории управления бизнесом для решения ИКТ.	Допускает неточности в понимании о основе теории массового обслуживания и основе теории управления бизнесом для решения ИКТ.	Демонстрирует четкое понимание о основе теории массового обслуживания и основе теории управления бизнесом для решения ИКТ.
	Уметь: применять математические методы и инструментальные средства для исследования объектов профессиональной деятельности.	Демонстрирует слабое умение самостоятельно применять математические методы и инструментальные средства для исследования объектов профессиональной деятельности.	Может самостоятельно с допущением некоторых неточностей применять математические методы и инструментальные средства для исследования объектов профессиональной деятельности.	Может эффективно самостоятельно применять математические методы и инструментальные средства для исследования объектов профессиональной деятельности.
	Владеть: методами рационального выбора ИС и ИКТ для управления бизнесом.	Демонстрирует слабое владение методами рационального выбора ИС и ИКТ для управления бизнесом.	Демонстрирует неполное владение методами рационального выбора ИС и ИКТ для управления бизнесом.	Демонстрирует достаточное владение методами рационального выбора ИС и ИКТ для управления бизнесом.

ПК-25

Схема оценки уровня формирования компетенции «способность описывать целевые сегменты ИКТ-рынка».

Уровень	Показатели (что обучающийся должен продемонстрировать)	Оценочная шкала		
		Удовлетворительно	Хорошо	Отлично
Пороговый	Знать: понятие и структуру целевых сегментов рынка ИКТ.	Имеет неполное представление о понятие и структуре целевых сегментов рынка ИКТ.	Допускает неточности в понимании о понятие и структуре целевых сегментов рынка ИКТ.	Демонстрирует четкое представление о понятие и структуре целевых сегментов рынка ИКТ.
	Уметь: собирать вторичную и первичную информацию, ее систематизировать, анализировать, выделять тенденции, проводить сегментирование рынка, выделять целевые сегменты.	Демонстрирует слабое умение самостоятельно собирать вторичную и первичную информацию, ее систематизировать, анализировать, выделять тенденции, проводить сегментирование рынка, выделять целевые сегменты.	Может самостоятельно с допущением некоторых нечеткостей собирать вторичную и первичную информацию, ее систематизировать, анализировать, выделять тенденции, проводить сегментирование рынка, выделять целевые сегменты.	Демонстрирует достаточное владение в сборе вторичной и первичной информации, ее систематизировать, анализировать, выделять тенденции, проводить сегментирование рынка, выделять целевые сегменты.
	Владеть: навыками выделения и описания сегментов рынка ИКТ.	Демонстрирует слабое владение навыками выделения и описания сегментов рынка ИКТ.	Демонстрирует неполное владение навыками выделения и описания сегментов рынка ИКТ.	Демонстрирует достаточное владение навыками выделения и описания сегментов рынка ИКТ.

ПК-26

Схема оценки уровня формирования компетенции «способность разрабатывать бизнес-планы по созданию новых бизнесов-проектов на основе инноваций в сфере ИКТ».

Уровень	Показатели (что обучающийся должен продемонстрировать)	Оценочная шкала		
		Удовлетворительно	Хорошо	Отлично
Пороговый	Знать: шаблон бизнес модели, истории успеха крупнейших предпринимательских организаций в сфере ИКТ, принципы построения бизнеса, нацеленного на рост капитализации.	Имеет неполное представление о шаблоне бизнес модели, истории успеха крупнейших предпринимательских организаций в сфере ИКТ, принципы построения бизнеса, нацеленного на рост капитализации.	Допускает неточности в понимании шаблоне бизнес модели, истории успеха крупнейших предпринимательских организаций в сфере ИКТ, принципы построения бизнес организации в сфере ИКТ, принципы построения бизнеса, нацеленного на рост капитализации.	Демонстрирует четкое понимание о шаблоне бизнес модели, истории успеха крупнейших предпринимательских организаций в сфере ИКТ, принципы построения бизнеса, нацеленного на рост капитализации.
	Уметь: строить бизнес-модели, разрабатывать концепцию подрывной инновации в сфере ИКТ.	Демонстрирует слабое умение самостоятельно строить бизнес-модели, разрабатывать концепцию подрывной инновации в сфере ИКТ.	Может самостоятельно с допущением некоторых неточностей строить бизнес-модели, разрабатывать концепцию подрывной инновации в сфере ИКТ.	Может эффективно самостоятельно строить бизнес-модели, разрабатывать концепцию подрывной инновации в сфере ИКТ.
	Владеть: навыки (приобрести опыт) построения бизнес-модели и разработки подрывной инновации.	Демонстрирует слабое владение навыками (приобрести опыт) построения бизнес-модели и разработки подрывной инновации.	Демонстрирует неполное владение навыками (приобрести опыт) построения	Демонстрирует достаточное владение навыками (приобрести опыт) построения бизнес-модели и разработки подрывной инновации.

		инновации.	бизнес-модели и разработки подрывной инновации.	инновации.
--	--	------------	---	------------

Если хотя бы одна из компетенций не сформирована, то положительная оценки по дисциплине быть не может.

7.3. Типовые контрольные задания

Текущий контроль успеваемости в форме опросов, рефератов, дискуссий, тестов и промежуточный контроль в форме зачета

Темы контрольных работ по I Модулю

1. Понятие, функции информационного бизнеса.
2. Тенденции становления и развития информационного бизнеса в России.
3. Бизнес информация: понятия, виды.
4. Основные источники бизнес-информации (первичные и вторичные).
5. Классификация источников по стратегии поиска
6. Информационная услуга: понятие, специфика предоставления.
7. Классификация информационных услуг.
8. Современные технологии создания информационного продукта.
9. Проектирование информационных модулей: понятие информационных модулей, классификация, структура, характеристики.
10. Технология разработки метаинформативного и проблемно-ориентированного информационного модуля.
11. Аналитико-синтетические способы обработки информации.
12. Метод сравнения.
13. Комплексная оценка качества информационных продуктов и услуг.
14. Технологические критерии.

Темы контрольных работ по II Модулю

1. Оценка структуры и содержания информационной услуги.
2. Методы оценки качества информационного продукта.
3. Экономическая эффективность информационного бизнеса.
4. Оценка конкурентоспособности информационного продукта и информационной услуги: показатели, методика оценки.
5. Виды информационной деятельности.
6. Типология фирм сферы информационного бизнеса.
7. Особенности организации деятельности фирмы на рынке информационных услуг и продуктов.
8. Модель цены.
9. Анализ рынка как этап маркетинговой стратегии.
10. Анализ рынка - продвижения товаров и услуг.
11. Анализ рынка - конкурентная борьба.
12. Основные тенденции развития рынка ИТ в России.
13. Основные тенденции развития рынка ИТ в мире.

14. Прогноз перспективных для России ИТ-технологий.
15. Компании, производящие аналитические оценки ИКТ-рынков.

Темы контрольных работ по ШМОдулю

1. Методики и основные материалы компании, производящие аналитические оценки ИКТ-рынков.
2. Технологические аспекты анализа.
3. Отраслевые аспекты анализа.
4. Страноведческие аспекты анализа.
5. Мировой рынок горизонтальных и вертикальных бизнес-приложений.
6. Российский рынок горизонтальных и вертикальных бизнес-приложений.
7. Мировой рынок систем автоматизации производства.
8. Российский рынок систем автоматизации производства.
9. Мировой рынок системной интеграции бизнес- и ИТ-консалтинга.
10. Российский рынок системной интеграции бизнес- и ИТ-консалтинга.
11. Рынок системной интеграции, бизнес- и ИТ-консалтинга.
12. Рынок труда в отрасли ИТ в России.
13. Рынок труда в отрасли ИТ в США.
14. Рынок труда в отрасли ИТ в Индии.
15. Рынок труда в отрасли ИТ в Китае.
16. Рынок труда в отрасли ИТ в ЕС.

Примерные тестовые задания:

- 1) Участниками информационного бизнеса могут быть:
 - а) работники информационной индустрии, осуществляющие трудовую деятельность по найму;
 - б) индивидуальные и коллективные потребители информационных продуктов и услуг;
 - в) государственные органы, учреждения и организации, выступающие в качестве участников сделок при выполнении правительственных заказов в сфере информатизации;
 - г) бизнесмены (предприниматели, коммерсанты), осуществляющие деятельность в сфере информатике под свою экономическую и юридическую ответственность;
- 2) В момент потребления информация
 - а) уничтожается;
 - б) не уничтожается;
 - в) теряет потребительские свойства;
 - г) изнашивается физически.
- 3) Для осуществления информационного бизнеса нужны
 - а) основные средства, оборотные средства, трудовые ресурсы, научно-информационные ресурсы;
 - б) оборотные средства, трудовые ресурсы;
 - в) начальный капитал, основные средства;

- г) начальный капитал, научно-информационные ресурсы.
- 4) Для средств вычислительной техники и средств связи практикуется
- а) продажа в полную собственность по рыночной цене, лизинг, ипотека;
 - б) разработка по индивидуальному заказу, лизинг, продажа в полную собственность, продажа с аукциона;
 - в) обмен, разработка по индивидуальному заказу, сдача в аренду, лизинг;
 - г) продажа в полную собственность по рыночной цене, сдача в аренду (целиком или в форме повременной оплаты), лизинг, разработка по индивидуальному заказу.
- 5) Производственные кооперативы относятся к
- а) хозяйственным товариществам и обществам;
 - б) хозяйственным обществам;
 - в) самостоятельным организационно-правовым формам;
 - г) некоммерческим организациям.
- 6) Мировая базисная цена – это
- а) расчетная цена;
 - б) цена посреднического рынка;
 - в) цена важнейших экспортеров или импортеров, а также цена основных центров мировой торговли;
 - г) цена аукциона.
- 7) По роли в системе управления затраты подразделяются на
- а) производственные и непроизводственные;
 - б) затраты, включаемые в производственную себестоимость, и затраты периода;
 - в) прямые и косвенные;
 - г) единовременные и эксплуатационные.
- 8) Вид маркетинга, характеризующийся производством и маркетингом нескольких продуктов с различными свойствами, предназначенных для всех покупателей, однако рассчитанные на разные вкусы – это
- а) массовый маркетинг;
 - б) целевой маркетинг;
 - в) продуктно-дифференцированный маркетинг;
 - г) правильных ответов нет.
- 9) Вид маркетинга, который используют при отрицательном спросе
- а) стимулирующий маркетинг;
 - б) конверсионный маркетинг;
 - в) развивающий маркетинг;
 - г) ремаркетинг.
- 10) Рыночная концепция управления созданием, производством и реализацией товаров, где в основе принятия управленческого решения лежит информация о рынке – получила название (1):
- а) распределительный маркетинг;
 - б) управленческий маркетинг;
 - в) функциональный маркетинг;
 - г) правильных ответов нет.

11) Виртуальный маркетинг – это

- а) система знаний о предложении товара на рынке на основе информационных технологий, интегрирующих маркетинговую деятельность во внутренней и внешней среде предприятия;
- б) любая деловая активность, использующая возможности глобальных информационных сетей для преобразования внутренних и внешних связей с целью получения прибыли;
- в) преобразование основных бизнес-процессов при помощи Интернет-технологий;
- г) любая форма деловой сделки, которая проводится при помощи информационных сетей.

12) Виды серверов присутствия в Интернете

- а) рекламные;
- б) предоставляющие;
- в) информирующие;
- г) правильных ответов нет.

13) Специфические виды деятельности виртуального маркетинга:

- а) электронная торговля;
- б) исследования конкурентов;
- в) разработка системы сбыта;
- г) виртуальные коммуникации;

14) Тип информационных БД, содержащие наименование предприятия, его почтовые и связные реквизиты

- а) БД первого типа;
- б) БД второго типа;
- в) БД третьего типа;
- г) БД четвертого типа;

15) В зависимости от фактора времени информационные модели и методики подразделяются на

- а) статические;
- б) переменные;
- в) динамические;
- г) временные;

16) Какие аналитические компании при оценке ИКТ-рынка включают услуги телерадиовещания и пользовательскую электронику?

- а) EITO
- б) IDC
- в) Gartner
- г) ITU.

17) В таксономии каких аналитических компаний при оценке ИКТ-рынка рынки ИТ и телекоммуникаций суммируются?

- а) EITO
- б) IDC
- в) Gartner
- г) ITU.

18) В таксономии каких аналитических компаний при оценке ИКТ-рынка рынки ИТ и телекоммуникаций пересекаются?

- а) EITO
- б) IDC
- в) ITU
- г) Gartner

19) Какая аналитическая компания предложила использовать магический квадрант для оценки ИКТ-рынка

- а) EITO
- б) IDC
- в) ITU
- г) Gartne

Контрольные вопросы к зачету для промежуточного контроля

1. Анализ рынка как этап маркетинговой стратегии, продвижения товаров и услуг, конкурентной борьбы.
2. Методы анализа рынков.
3. Методика поиска, обработки и представления данных о рынке ИКТ.
4. Основные источники информации о рынке ИКТ.
5. Рынки ИКТ.
6. Эволюция рынка ИТ.
7. Методы анализа рынка ИТ.
8. Основные тенденции развития рынка ИТ.
9. Прогноз перспективных для России ИТ-технологий.
10. Компании, производящие аналитические оценки ИКТ-рынков
11. Объем и динамика роста рынка ИКТ
12. Основные технологические факторы развития
13. Основные бизнес-факторы развития.
14. Технологические аспекты анализа.
15. Отраслевые аспекты анализа.
16. Страноведческие аспекты анализа.
17. Анализ поставщиков товаров и услуг.
18. Рынок горизонтальных бизнес-приложений
19. Бизнес-приложение ERP
20. Бизнес-приложение CRM
21. Бизнес-приложение SCM
22. Бизнес-приложение BI
23. Бизнес-приложение для документооборота.
24. Рынок вертикальных бизнес-приложений
25. Информационные системы торговых компаний.
26. Биллинговые системы в деятельности операторов связи.
27. Банковские системы.

28. Рынок систем автоматизации производства.
29. Рынок системной интеграции
30. Рынок бизнес-консалтинга
31. Рынок ИТ-консалтинга.
32. Рынок труда в отрасли ИТ
33. Организация продаж в области ИТ.
34. Стратегия компании, ее маркетинга и продаж.
35. Методология и особенности продажи решений и сервисов.
36. Построение партнерской маркетинговой сети и продаже решений.
37. Построение отделов маркетинга и продаж и методики эффективных

7.4. Методические материалы, определяющие процедуру оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций.

Оценка за модуль определяется как сумма баллов за текущую и контрольную работу.

Коэффициент весомости баллов, набранных за текущую и контрольную работу, составляет 0,5/0,5.

Текущая работа включает оценку аудиторной и самостоятельной работы.

Оценка знаний студента на практическом занятии (аудиторная работа) производится по 100-балльной шкале.

Оценка самостоятельной работы студента (написание эссе, подготовка доклада, выполнение домашней контрольной работы и др.) также осуществляется по 100-балльной шкале.

Для определения среднего балла за текущую работу суммируются баллы, полученные за аудиторную и самостоятельную работу, полученная сумма делится на количество полученных оценок.

Итоговый балл за текущую работу определяется как произведение среднего балла за текущую работу и коэффициента весомости.

Если студент пропустил занятие без уважительной причины, то это занятие оценивается в 0 баллов и учитывается при подсчете среднего балла за текущую работу.

Если студент пропустил занятие по уважительной причине, подтвержденной документально, то преподаватель может принять у него отработку и поставить определенное количество баллов за занятие. Если преподаватель по тем или иным причинам не принимает отработку, то это занятие при делении суммарного балла не учитывается.

Контрольная работа за модуль также оценивается по 100-балльной шкале. Итоговый балл за контрольную работу определяется как произведение баллов за контрольную работу и коэффициента весомости.

Критерии оценок аудиторной работы студентов по 100-балльной шкале: «0 баллов» - студент не смог ответить ни на один из поставленных вопросов

«10-50 баллов» - обнаружено незнание большей части изучаемого материала, есть слабые знания по некоторым аспектам рассматриваемых вопросов

«51-65 баллов» - неполно раскрыто содержание материала, студент дает ответы на некоторые рассматриваемые вопросы, показывает общее понимание, но допускает ошибки

«66-85 баллов» - студент дает почти полные ответы на поставленные вопросы с небольшими проблемами в изложении. Делает самостоятельные выводы, имеет собственные суждения.

«86-100 баллов» - студент полно раскрыл содержание материала, на все поставленные вопросы готов дать абсолютно полные ответы, дополненные собственными суждениями, выводами. Студент подготовил и отвечает дополнительный материал по рассматриваемым вопросам.

Таблица перевода рейтингового балла по дисциплине в «зачтено» или «не зачтено»

Итоговая сумма баллов по дисциплине по 100-балльной шкале	Оценка по дисциплине
0-50	Не зачтено
51-100	Зачтено

Например:



8. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины.

а) основная литература:

1. Абрамова А.В., Савинов Ю.А. Международный бизнес в области информационных технологий. М.: Аспект Пресс, 2012. 206 с.
2. Клинов В.Г. Ревенко Л.С., Ружинская Т.И. Мировые товарные рынки и цены. М.: МГИМО-Университет, 2012. 500 с.
3. Шульцева В.К. Роль инфокоммуникаций в модернизации современной экономики /Современные процессы модернизации экономики зарубежных стран. Отв. ред. В.Б. Кондратьев. М.: ИМЭМО РАН, 2012. 354 с.

б) дополнительная литература:

1. АНАЛИТИЧЕСКИЙ ОТЧЕТ Рынок информационных технологий в России. DISCOVERY Research Group. Москва - 2012 г.
2. Елиферов В.Г., Репин В.В. Бизнес-процессы: регламентация и управление. - М.: ИНФРА-М, 2013.
3. Кравченко Т.К. Инфокоммуникационные технологии управления предприятием: Учеб. пособие для студ. вузов, обуч. по напр. подгот. 521600 "Экономика": Доп. М-вом образов. РФ / Кравченко, Татьяна Константиновна, Пресняков, Василий Федорович. М.: ГУ ВШЭ, 2013. 272с.
4. Перспективные телекоммуникационные технологии. Потенциальные возможности / Под ред. Л.Д. Феймана, Л.Е. Варакина. М.: МАС, 2011. – 236с.
5. Трофимов В.В., Томилов В.В. Информационно-коммуникационные технологии в менеджменте: Учеб. пособие. Спб.: Изд-во СПб ГУЭФ, 2012. – 240с.

9. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины.

1. <http://iesp.ru/> - Единый портал ЭЦП в РФ
2. <http://www.drgroup.ru/> - Маркетинговое исследование рынка "Discovery Research Group"
3. БД российских научных журналов на Elibrary.ru (РУНЭБ): http://elibrary.ru/projects/subscription/rus_titles_open.asp
4. БД российских журналов East View : <http://dlib.eastview.com>
5. Базы данных компании EBSCO Publishing: <http://search.ebscohost.com/>

10. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины.

Оптимальным путем освоения дисциплины является посещение всех лекций, практических занятий и выполнение предлагаемых заданий в виде рефератов, докладов, тестов и устных вопросов

Лекционный курс

Лекция является основной формой обучения в высшем учебном заведении. Целью курса является получение системных знаний о методах анализа высокотехнологических рынков, структуре рынка ИТ, его основных

участниках, основных тенденциях, принципах организации отделов маркетинга и продаж решений в области информационных технологий в компаниях. Записи лекций в конспектах должны быть избирательными, полностью следует записывать только определения. В конспекте рекомендуется применять сокращение слов, что ускоряет запись. Вопросы, возникающие в ходе лекции, рекомендуется записывать на полях и в конце лекции обратиться за разъяснением к преподавателю.

Необходимо активно работать с конспектом лекции: после окончания лекции рекомендуется перечитать свои записи, внести поправки и дополнения на полях. Конспекты лекций следует использовать при подготовке к семинарам, при подготовке к зачету, при выполнении самостоятельных заданий и домашних работ.

Практические занятия

Практические занятия по курсу «Рынки ИКТ и организация продаж» имеют цель приобретения практических навыков выбора способа автоматизации конкретного предприятия, в частности выбора информационной системы для конкретных применений на основании анализа общих свойств, функциональных возможностей и особых требований.

Прохождение всего цикла практических занятий, а также выполнение всех заданий на практическом занятии, а также написание реферата является условием допуска студента к зачету.

11. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем.

При подготовке к практическим занятиям, а также при написании рефератов могут использоваться поисковые сайты сети «Интернет», информационно-справочная система «Консультант+», а также Интернет-ресурсы, перечисленные в разделе 9 данной программы. Кроме того, могут использоваться учебные курсы, размещенные на платформе Moodle ДГУ, а также учебные материалы, размещенные на образовательных блогах преподавателей факультета управления ДГУ. Для проведения индивидуальных консультаций может использоваться электронная почта.

12. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине.

На факультете управления Дагестанского государственного университета имеются аудитории, оборудованные интерактивными, мультимедийными досками, проекторами, что позволяет читать лекции в формате презентаций, разработанных с помощью пакета прикладных программ MS PowerPoint, использовать наглядные, иллюстрированные материалы, обширную информацию в табличной и графической формах, пакет прикладных обучающих программ, а также электронные ресурсы сети Интернет.