

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

Кафедра «Математическое моделирование, эконометрика и статистика»

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

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

Образовательная программа
38.03.05 Бизнес – информатика

Профили подготовки
Электронный бизнес,
Технологическое предпринимательство

Уровень высшего образования
бакалавриат

Форма обучения
очная

Статус дисциплины: базовая

Махачкала, 2018 год

Рабочая программа дисциплины "Рынки информационно-коммуникационных технологий и организация продаж" составлена в 2018 году в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки 38.03.05 "Бизнес – информатика" (уровень бакалавриата), утвержденным приказом Минобрнауки РФ от «11» августа 2016г. №1002.

Разработчик : кафедра ММЭиС, Шамхалова Э.А. к.э.н., доцент

Рабочая программа дисциплины одобрена:
на заседании кафедры ММЭиС от «30» августа 2018г., протокол № 1

Зав. кафедрой  Джаватов Д.К.

на заседании Методической комиссии факультета управления от «31» августа 2018 г., протокол № 1.

Председатель  Гашимова Л.Г.

Рабочая программа дисциплины согласована с учебно-методическим управлением «31» августа 2018 г. 

Содержание

Аннотация рабочей программы дисциплины.....	4
1.Цели освоения дисциплины.....	5
2.Место дисциплины в структуре ОПОП 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).....	8
5. Образовательные технологии.....	10
6.Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студентов.....	11
7. Фонд оценочных средств для проведения текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины.....	14
7.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы.....	14
7.2. Типовые контрольные задания.....	15
7.3. Методические материалы, определяющие процедуру оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций.....	20
8. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины.....	22
9.Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины.....	23
10.Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины.....	23
11.Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем.....	24
12.Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине.....	24

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: общекультурных- ОК-7, общепрофессиональных-ОПК-3, профессиональных-ПК-2, ПК-3.

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 по видам учебных занятий 108ч.

Семес тр	Учебные занятия						СРС	Форма промежуточной аттестации
	в том числе							
	Контактная работа обучающихся с преподавателем							
	Все го	из них						
Лекц ии		Лаборатор ные занятия	Практич еские занятия	КСР	консульт ации			
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 ОПОП 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» изучается после курса "Архитектура предприятия", "Системы поддержки принятия решения" "Деловые коммуникации", "Корпоративные информационные синтез управленческих решений" и параллельно курсу "Электронный бизнес", "Организация электронной коммерции," "Управление электронным предприятием", "Проектирование интернет маркетинга".

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

Код компетенции из ФГОС ВО	Наименование компетенции из ФГОС ВО	Планируемые результаты обучения
ОК-7	способностью к самоорганизации и самообразованию	Знает: роль и место информационной безопасности в системе национальной безопасности страны Умеет: пользоваться современной научно-технической информацией по исследуемым проблемам и задачам Владеет: навыками самостоятельного изучения перспективных направлений развития средств и методов защиты информации
ОПК-3	способность работать с компьютером как средством управления информацией, работать с информацией из различных источников, в том числе в глобальных компьютерных сетях	Знает: причины, особенности возникновения потребности в исследовании рынков ИКТ; типологию организации продаж, различных проблем и их характеристику; специфику рынков ИКТ в отдельных странах; виды международных организаций, занимающихся решением задач организации продаж Умеет: работать с дополнительной литературой; принимать участие в

		дискуссии; анализировать статистические данные; применять полученные знания на практике Владеет: навыки находить, обобщать, анализировать и использовать информацию, содержащуюся в текстах источников.
ПК-2	проведение исследования и анализа рынка ИС и ИКТ;	Знает: методы исследования и анализа рынка информационных систем Умеет: осуществлять системные исследования рынка, в том числе рынка ИКТ Владеет: – навыками самостоятельного исследования рынка, проведения маркетинговых исследований рынков ИКТ
ПК-3	выбор рациональных ИС и ИКТ решения для управления бизнесом;	Знает: особенности системного подхода выбора информационно-коммуникационных технологий Умеет: производить рациональный и обоснованный выбор средств и технологий, представленных на данном рынке Владеет: методами рационального выбора ИС и ИКТ для управления бизнесом

4. Объем, структура и содержание дисциплины.

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

4.2. Структура дисциплины.

Форма обучения – очная

№ п/п	Разделы и темы дисциплины	Семестр	Неделя семестра	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу студентов и трудоемкость (в часах)					Формы текущего контроля успеваемости (по неделям семестра) Форма промежуточной аттестации (по семестрам)
				Лекции	Практические занятия	Лабораторные занятия	Контроль самост. раб.	Самостоятельная работа	
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	5	3-4	2	4	-	-	6	Дискуссия. Работа в

	анализа рынка ИТ.								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	Контрольная работа.
Модуль 2 Рынок бизнес-приложений									
1.	Тема 2.1. Мировой и российский рынок горизонтальных и вертикальных бизнес-приложений.	5	7-8	2	4	-	-	4	Текущий опрос, тестирование, домашние задания 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	Контрольная работа.
Модуль 3 Организация продаж									
1.	Тема 3.1. Организация продаж в области ИТ.	5	13-14	2	2	-	-	6	Текущий опрос, тестирование, домашние 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		6	10	-	-	20	Контрольная работа.

<i>ИТОГО:</i>	108		18	36	-	-	54	Зачет.
---------------	-----	--	----	----	---	---	----	--------

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

Содержание лекционных занятий по дисциплине.

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.

Содержание практических занятий по дисциплине.

Модуль I. Рынок ИКТ.

Тема 1.1. Анализ рынка ИКТ.

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. Тестовый контроль

Тема 1. 2. Методы анализа рынка ИТ.

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

Тема 1.3. Технологические, отраслевые, страноведческие аспекты анализа.

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.
4. Решение кейсов, реферат

Модуль II. Рынок бизнес-приложений.

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

1. Мировой и российский рынок горизонтальных и вертикальных бизнес-приложений.
2. Мировой и российский рынок систем автоматизации производства.
3. Рефераты тестовый контроль.

Тема 2.2. Рынок горизонтальных бизнес-приложений.

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

Тема 2. 3. Рынок вертикальных бизнес-приложений.

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.
 4. Решение кейсов, тестовый контроль.

Модуль III. Организация продаж.

Тема3.1. Организация продаж в области ИТ.

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

Тема3.2. Стратегия компании, ее маркетинга и продаж.

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

Тема3.3. Построение партнерской маркетинговой сети и продаже решений.

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

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 кампаний;
- 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
Модуль I. Рынок ИКТ.		
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.
Модуль II. Рынок бизнес-приложений.		
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.
Модуль III. Организация продаж.		
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.

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.

При оценке качества представленной студентом работы принимается во внимание следующее:

1. Содержательное наполнение представленной работы (учитывается, насколько содержание соответствует теме).
2. Полнота раскрытия темы работы (учитывается количество описанных фактов, понятий и т. п.).
3. Логика изложения материала (учитывается умение студента логически верно строить план работы).
4. Количество и качество использованных источников литературы.
5. Оригинальность работы (осуществляется проверка в системе «Антиплагиат»).
6. Защита студентом представленной работы (студенты по желанию могут выступить с докладом на занятии).

Критерии оценки по 100-балльной шкале:

- 0-20 баллов выставляется студенту, если содержание работы свидетельствует о том, что студент имеет лишь частичное представление о теме, оригинальность работы очень низка (менее 20%);
- 30-50 баллов выставляется студенту, если содержание работы свидетельствует о том, что студент имеет определенное представление о теме реферата/доклада, способен логически верно строить план работы, но при этом допускает ошибки при формулировке самостоятельных выводов, оригинальность работы составляет 30%;
- 51-65 баллов выставляется студенту, если содержание работы свидетельствует о том, что он имеет достаточное представление о теме реферата/доклада, умеет логически верно строить план работы, грамотно использует источники литературы, способен самостоятельно делать обоснованные выводы, но допускает при этом ошибки, оригинальность работы составляет 35%;
- 66-85 баллов выставляется студенту, если содержание работы свидетельствует о том, что студент имеет хорошее представление о теме реферата/доклада, умеет логически верно строить план работы, грамотно использует источники литературы, способен самостоятельно делать обоснованные выводы, оригинальность работы составляет 40%;
- 86-100 баллов выставляется студенту, если содержание работы свидетельствует о том, что студент имеет отличное представление о теме реферата/доклада, умеет логически верно строить план работы, грамотно использует источники литературы, способен самостоятельно делать

обоснованные выводы, выступил с презентацией своей работы на занятии, оригинальность работы - выше 40%.

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

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.

Перечень компетенций с указанием этапов их формирования приведен в описании образовательной программы.

Компетенция	Наименование компетенции ФГОС ВО	Планируемые результаты обучения	Процедура освоения
ОК-7	способность к самоорганизации и самообразованию	Знает: роль и место информационной безопасности в системе национальной безопасности страны Умеет: пользоваться современной научно-технической информацией по исследуемым проблемам и задачам Владеет: навыками самостоятельного изучения перспективных направлений развития средств и методов защиты информации	Устный опрос, написание рефератов, тестирование
ОПК-3	способностью работать с компьютером как средством управления информацией, работать с информацией из различных источников, в том числе в глобальных компьютерных сетях	Знает: причины, особенности возникновения потребности в исследовании рынков ИКТ; типологию организации продаж, различных проблем и их характеристику; специфику рынков ИКТ в отдельных странах; виды международных организаций, занимающихся решением задач организации продаж Умеет: работать с дополнительной литературой; принимать участие в дискуссии; анализировать статистические данные; применять полученные знания на практике Владеет: навыками находить, обобщать, анализировать и использовать информацию, содержащуюся в текстах источников.	Устный опрос, написание рефератов, тестирование, решение задач
ПК-2	проведение исследования и	Знает: методы исследования и анализа рынка информационных	Устный опрос, написание

	анализа рынка ИС и ИКТ	систем Умеет: осуществлять системные исследования рынка, в том числе рынка ИКТ Владеет: – навыками самостоятельного исследования рынка, проведения маркетинговых исследований рынков ИКТ	рефератов, тестирование
ПК-3	выбор рациональных ИС и ИКТ-решения для управления бизнесом	Знает: особенности системного подхода выбора информационно-коммуникационных технологий Умеет: производить рациональный и обоснованный выбор средств и технологий, представленных на данном рынке Владеет: методами рационального выбора ИС и ИКТ для управления бизнесом	Устный опрос, написание рефератов, тестирование.

7.2. Типовые контрольные задания

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

Образец тестовые задания по модели:

- 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:
- 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, интегрирующую 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

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 III Модулю

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.

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. Билинговые 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

7.3. 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:

Оценки, полученные за **аудиторную работу** на практических занятиях, например: 55 баллов, 40 баллов, 60 баллов

Оценки, полученные за **самостоятельную работу**, например: за доклад 70 баллов



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

а) основная литература:

1. Информационные системы и технологии в экономике и управлении : учебник для бакалавров / под ред. В.В.Трофимова; С.-Петерб. гос. ун-т экон. и финанс. - 3-е изд., перераб. и доп. - М. : Юрайт, 2012, 2011. - 521 с. - (Бакалавр). - Допущено Советом УМО. - ISBN 978-5-9916-1444-3 : 337-92.
2. Автоматизированные информационные технологии в экономике : учеб. для вузов / [В.В.Брага, Н.Г.Бубнова, Л.А.Вдовенко и др.]; под ред. Г.А. Титоренко. - М. : ЮНИТИ, 2006, 2004. - 399 с.
- 3.Абрамова А.В. Ю.А. Савинов. Международный бизнес в области информационных технологий [Электронный ресурс] : учебное пособие— Электрон. текстовые данные. —М.: Аспект Пресс, 2010. — 206 с. — 978-5-7567-0603-1. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/8890.html>

б) дополнительная литература:

1. Информационные технологии в профессиональной деятельности : [учеб. пособие] / Михеева, Елена Викторовна. - 3-е изд., стер. - М. : Academia, 2006, 2005. - 378,[1] с. : ил. ; 21 см. - (Среднее профессиональное образование. Общепрофессиональные дисциплины). - Библиогр.: с. 371-372. - Допущено МО РФ. - ISBN 5-7695-2515-0: 200-00.
- 2.Информатика и информационные технологии : учеб. для бакалавров /

- Гаврилов, Михаил Викторович, В. А. Климов. - 2-е изд., испр. и доп. - М. : Юрайт, 2012. - 349,[1] с. - (Бакалавр). - ISBN 978-5-9916-1559-4 : 239-03.
3. Информационные системы и технологии в экономике : учебное пособие для студентов высших учебных заведений, обучающихся по специальностям экономики и управления (080100) / В. Н. Ясенев ; Ясенев В. Н. - М. : Юнити-Дана, 2012, 2015. - 561. - ISBN 978-5-238-01410-4.
4. Акимова Е.В. и др. Информационные системы и технологии в экономике и управлении. Проектирование информационных систем [Электронный ресурс] : учебное пособие— Электрон. текстовые данные. — Саратов: Вузовское образование, 2016. — 178 с. — 2227-8397. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/47671.html>
5. Акимова Е.В. и др. Информационные системы и технологии в экономике и управлении. Экономические информационные системы [Электронный ресурс] : учебное пособие— Электрон. текстовые данные. — Саратов: Вузовское образование, 2016. — 178 с. — 2227-8397. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/47675.html>
6. Информационные технологии в профессиональной деятельности : учеб. пособие/ Федотова Е.Л.-М.: Инфра -М, 2012.
7. Информационные технологии управления: Учебное пособие / А.С. Гринберг. -М.: Юнити - Дана, 2012.

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

- 1) eLIBRARY.RU [Электронный ресурс]: электронная библиотека /Науч. электрон. б-ка.- Москва, 1999.-Режим доступа: <http://elibrary.ru/defaultx.asp>.- Яз.рус., англ.
- 2) Moodle [Электронный ресурс]:система виртуального обучением:[база данных]/Даг. гос. ун-т.- Махачкала, г.- Доступ из сети ДГУ или, после регистрации из сети ун-та, из любой точки, имеющей доступ в интернет.- URL: <http://moodle.dgu.ru/>.
- 3)Электронный каталог о всех видах литературы, поступающих в фонд НБ ДГУ/ Дагестанский государственный университет - Махачкала, 2010- Режим доступа: <http://elib.dgu.ru>, свободный.

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.

Для проведения индивидуальных консультаций может использоваться электронная почта. Разработан учебный курс на электронном платформе Moodle.

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

На факультете управления Дагестанского государственного университета имеются аудитории (405 ауд., 419 ауд. 408 ауд, 434 ауд.), 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.