МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования

«ТОМСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ СИСТЕМ
УПРАВЛЕНИЯ И РАДИОЭЛЕКТРОНИКИ»
(ТУСУР)

УТВЕРЖДАЮ
Директор департамента образования
_____ П. Е. Троян
«___» _____ 20__ г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Рынки информационно-коммуникационных технологий и организация продаж

Уровень образования: **высшее образование - бакалавриат**
Направление подготовки / специальность: **38.03.05 Бизнес-информатика**
Направленность (профиль) / специализация: **ИТ-предпринимательство**
Форма обучения: **очная**
Факультет: **ФСУ, Факультет систем управления**
Кафедра: **АОИ, Кафедра автоматизации обработки информации**
Курс: **3**
Семестр: **5**
Учебный план набора 2015 года

Распределение рабочего времени

№	Виды учебной деятельности	5 семестр	Всего	Единицы
1	Лекции	18	18	часов
2	Лабораторные работы	20	20	часов
3	Всего аудиторных занятий	38	38	часов
4	Самостоятельная работа	70	70	часов
5	Всего (без экзамена)	108	108	часов
6	Общая трудоемкость	108	108	часов
		3.0	3.0	З.Е.

Зачет: 5 семестр

Томск 2018

Согласована на портале № 38875

Рассмотрена и одобрена на заседании кафедры
протокол № 318 от « 3 » 7 2018 г.

ЛИСТ СОГЛАСОВАНИЯ

Рабочая программа дисциплины составлена с учетом требований федерального государственного образовательного стандарта высшего образования (ФГОС ВО) по направлению подготовки (специальности) 38.03.05 Бизнес-информатика, утвержденного 11.08.2016 года, рассмотрена и одобрена на заседании кафедры АОИ «___» _____ 20__ года, протокол №_____.

Разработчик:

профессор каф. АОИ	_____	Н. В. Замятин
Заведующий обеспечивающей каф. АОИ	_____	Ю. П. Ехлаков

Рабочая программа дисциплины согласована с факультетом и выпускающей кафедрой:

Декан ФСУ	_____	П. В. Сенченко
Заведующий выпускающей каф. АОИ	_____	Ю. П. Ехлаков

Эксперты:

Доцент кафедры автоматизации обработки информации (АОИ)	_____	Н. Ю. Салмина
Доцент кафедры автоматизации обработки информации (АОИ)	_____	А. А. Сидоров

Согласована на портале № 38875

1. Цели и задачи дисциплины

1.1. Цели дисциплины

изучение теоретических основ развития рынка информационно-коммуникационных технологий в институциональной среде и практических аспектов деятельности компаний IT-сектора экономики на этом рынке.

1.2. Задачи дисциплины

– развитие у студентов системного видения организации профессиональной деятельности на рынке информационных услуг и продуктов;

– развитие у студентов системного видения организации профессиональной деятельности на рынке информационных услуг и продуктов;

– выработка практических навыков разработки стратегии позиционирования фирмы сферы информационного бизнеса в условиях современной конкурентной среды;

–

2. Место дисциплины в структуре ОПОП

Дисциплина «Рынки информационно-коммуникационных технологий и организация продаж» (Б1.В.ОД.7) относится к блоку 1 (вариативная часть).

Предшествующими дисциплинами, формирующими начальные знания, являются: Финансовый менеджмент.

Последующими дисциплинами являются: IT-маркетинг.

3. Требования к результатам освоения дисциплины

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

– ПК-2 проведение исследования и анализа рынка информационных систем и информационно-коммуникативных технологий;

– ПК-4 проведение анализа инноваций в экономике, управлении и информационно-коммуникативных технологиях;

– ПК-25 способность описывать целевые сегменты ИКТ-рынка;

В результате изучения дисциплины обучающийся должен:

– **знать** основы современных информационных технологий и их влияние на деятельность различных особенности, особенности информационно коммуникационных технологий; основные функции информационного бизнеса; тенденции становления и развития информационного бизнеса в России и в мире; технологии организации бизнеса в информационной сфере производства; структуры фирм на рынке ИКТ, ценообразования на рынке ИКТ; перспективы развития информационного бизнеса;

– **уметь** анализировать предметную область и устанавливать структурное представление и взаимосвязи с другими компонентами информационного пространства; классифицировать существующие ИКТ и определять необходимость применения ИС; проводить сравнительную оценку конкурентоспособности информационных продуктов и услуг; применять полученные теоретические знания к решению практических вопросов ИКТ; работать с современными программными средствами данной проблемной ориентации;

– **владеть** методами управления жизненным циклом информационных систем, оценкой сложности информационных систем, методами построения моделей и процессов управления проектами. навыками проектирования проблемно-ориентированных информационные модулей;

4. Объем дисциплины и виды учебной работы

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3.0 зачетных единицы и представлена в таблице 4.1.

Таблица 4.1 – Трудоемкость дисциплины

Виды учебной деятельности	Всего часов	Семестры
		5 семестр
Аудиторные занятия (всего)	38	38

Согласована на портале № 38875

Лекции	18	18
Лабораторные работы	20	20
Самостоятельная работа (всего)	70	70
Подготовка к контрольным работам	7	7
Оформление отчетов по лабораторным работам	13	13
Подготовка к лабораторным работам	14	14
Проработка лекционного материала	18	18
Написание рефератов	18	18
Всего (без экзамена)	108	108
Общая трудоемкость, ч	108	108
Зачетные Единицы	3.0	3.0

5. Содержание дисциплины

5.1. Разделы дисциплины и виды занятий

Разделы дисциплины и виды занятий приведены в таблице 5.1.

Таблица 5.1 – Разделы дисциплины и виды занятий

Названия разделов дисциплины	Лек., ч	Лаб. раб., ч	Сам. раб., ч	Всего часов (без экзамена)	Формируемые компетенции
5 семестр					
1 Информационный бизнес (основы)	2	4	10	16	ПК-2, ПК-25
2 Бизнес-информация и информационные услуги. Отраслевые рынки	4	4	28	36	ПК-2, ПК-25, ПК-4
3 Информационный продукт, его особенности, виды	4	4	8	16	ПК-2, ПК-25
4 Организационные формы предприятий сферы информационного бизнеса	4	4	8	16	ПК-2, ПК-25, ПК-4
5 Особенности ценообразования на рынке информационных продуктов. Перспективы развития ИКТ	2	4	13	19	ПК-2, ПК-25, ПК-4
6 Организация продаж	2	0	3	5	ПК-2, ПК-25, ПК-4
Итого за семестр	18	20	70	108	
Итого	18	20	70	108	

5.2. Содержание разделов дисциплины (по лекциям)

Содержание разделов дисциплин (по лекциям) приведено в таблице 5.2.

Таблица 5.2 – Содержание разделов дисциплин (по лекциям)

Названия разделов	Содержание разделов дисциплины (по лекциям)	Трудоемкость, ч	Формируемые компетенции
5 семестр			
1 Информационный бизнес (основы)	Понятие, функции информационного бизнеса. Тенденции становления и развития	2	ПК-2, ПК-25

Согласована на портале № 38875

	информационного бизнеса в России и в мире. Данные, знания, информация, информационный продукт, информационная услуга. Информационные системы.		
	Итого	2	
2 Бизнес-информация и информационные услуги. Отраслевые рынки	Бизнес информация: понятия, виды. Основные источники бизнес-информации (первичные и вторичные). Классификация источников по стратегии поиска. Парадигмы рынков ИКТ. Классификация типов структур рынка, точки безубыточности, спрос и предложение на рынке ИКТ, барьеры входа-выхода, участники рынка ИКТ.	4	ПК-2, ПК-25
	Итого	4	
3 Информационный продукт, его особенности, виды	Современные технологии создания информационного продукта. Проектирование информационных модулей. Аналитико-синтетические способы обработки информации. Комплексная оценка качества информационных продуктов и услуг. Экономическая эффективность информационного бизнеса. Оценка конкурентоспособности информационного продукта и информационной услуги: показатели, методика оценки.	4	ПК-2, ПК-25
	Итого	4	
4 Организационные формы предприятий сферы информационного бизнеса	Виды информационной деятельности. Типология фирм сферы информационного бизнеса. Особенности организации деятельности фирмы на рынке информационных услуг и продуктов: PR-агентство; аудиторская фирма, информационно-аналитический центр, посреднические фирмы, страховое агентство, общественные организации, образовательные учреждения, консалтинговые фирмы и др.	4	ПК-2, ПК-25
	Итого	4	
5 Особенности ценообразования на рынке информационных продуктов. Перспективы развития ИКТ	Модель цены. Разработка и внедрения отраслевых информационных систем: позиционирование отраслевых информационных систем, целевая аудитория, задачи.	2	ПК-2, ПК-25
	Итого	2	
6 Организация продаж	Проблемы, сдерживающие развития информационного бизнеса в России. Внедрение отраслевых информационных систем. Виды услуг на основе отраслевых информационных систем	2	ПК-2, ПК-25

Согласована на портале № 38875

	Итого	2	
Итого за семестр		18	

5.3. Разделы дисциплины и междисциплинарные связи с обеспечивающими (предыдущими) и обеспечиваемыми (последующими) дисциплинами

Разделы дисциплины и междисциплинарные связи с обеспечивающими (предыдущими) и обеспечиваемыми (последующими) дисциплинами представлены в таблице 5.3.

Таблица 5.3 – Разделы дисциплины и междисциплинарные связи

Наименование дисциплин	№ разделов данной дисциплины, для которых необходимо изучение обеспечивающих и обеспечиваемых дисциплин					
	1	2	3	4	5	6
Предшествующие дисциплины						
1 Финансовый менеджмент					+	
Последующие дисциплины						
1 IT-маркетинг	+					+

5.4. Соответствие компетенций, формируемых при изучении дисциплины, и видов занятий

Соответствие компетенций, формируемых при изучении дисциплины, и видов занятий представлено в таблице 5.4.

Таблица 5.4 – Соответствие компетенций, формируемых при изучении дисциплины, и видов занятий

Компетенции	Виды занятий			Формы контроля
	Лек.	Лаб. раб.	Сам. раб.	
ПК-2	+	+	+	Контрольная работа, Отчет по лабораторной работе, Опрос на занятиях, Зачет, Тест, Реферат
ПК-4			+	Контрольная работа, Отчет по лабораторной работе, Опрос на занятиях, Зачет, Тест, Реферат
ПК-25	+	+	+	Контрольная работа, Отчет по лабораторной работе, Опрос на занятиях, Зачет, Тест, Реферат

6. Интерактивные методы и формы организации обучения

Не предусмотрено РУП.

7. Лабораторные работы

Наименование лабораторных работ приведено в таблице 7.1.

Таблица 7.1 – Наименование лабораторных работ

Названия разделов	Наименование лабораторных работ	Трудоемкость, ч	Формируемые компетенции
5 семестр			
1 Информационный бизнес (основы)	Определение равновесной точки спроса на рынке ИКТ	4	ПК-2, ПК-25
	Итого	4	
2 Бизнес-информация и информационные услуги. Отраслевые рынки	Модель внешнего воздействия на диффузию инноваций на рынках ИКТ	4	ПК-2, ПК-25
	Итого	4	

Согласована на портале № 38875

3 Информационный продукт, его особенности, виды	Модель смешанного воздействия на диффузии инноваций на рынках ИКТ	4	ПК-2, ПК-25
	Итого	4	
4 Организационные формы предприятий сферы информационного бизнеса	Модель внутренней диффузии инноваций на рынках ИКТ	4	ПК-2, ПК-25
	Итого	4	
5 Особенности ценообразования на рынке информационных продуктов. Перспективы развития ИКТ	Модель зависимости объема инсталляций информационного продуктаот величины инвестиций в его разработку	4	ПК-2, ПК-25
	Итого	4	
Итого за семестр		20	

8. Практические занятия (семинары)

Не предусмотрено РУП.

9. Самостоятельная работа

Виды самостоятельной работы, трудоемкость и формируемые компетенции представлены в таблице 9.1.

Таблица 9.1 – Виды самостоятельной работы, трудоемкость и формируемые компетенции

Названия разделов	Виды самостоятельной работы	Трудоемкость, ч	Формируемые компетенции	Формы контроля
5 семестр				
1 Информационный бизнес (основы)	Проработка лекционного материала	3	ПК-2, ПК-25	Зачет, Опрос на занятиях, Отчет по лабораторной работе, Тест
	Подготовка к лабораторным работам	4		
	Оформление отчетов по лабораторным работам	3		
	Итого	10		
2 Бизнес-информация и информационные услуги. Отраслевые рынки	Написание рефератов	18	ПК-2, ПК-25, ПК-4	Зачет, Контрольная работа, Опрос на занятиях, Отчет по лабораторной работе, Реферат, Тест
	Проработка лекционного материала	3		
	Подготовка к лабораторным работам	3		
	Оформление отчетов по лабораторным работам	2		
	Подготовка к контрольным работам	2		
	Итого	28		
3 Информационный продукт, его особенности, виды	Проработка лекционного материала	2	ПК-2, ПК-25	Зачет, Контрольная работа, Опрос на занятиях, Отчет по лабораторной рабо-
	Подготовка к лабораторным работам	2		

Согласована на портале № 38875

	Оформление отчетов по лабораторным работам	2		те, Тест
	Подготовка к контрольным работам	2		
	Итого	8		
4 Организационные формы предприятий сферы информационного бизнеса	Проработка лекционного материала	3	ПК-2, ПК-25, ПК-4	Зачет, Опрос на занятиях, Отчет по лабораторной работе, Тест
	Подготовка к лабораторным работам	3		
	Оформление отчетов по лабораторным работам	2		
	Итого	8		
5 Особенности ценообразования на рынке информационных продуктов. Перспективы развития ИКТ	Проработка лекционного материала	4	ПК-2, ПК-25, ПК-4	Зачет, Контрольная работа, Опрос на занятиях, Отчет по лабораторной работе, Тест
	Подготовка к лабораторным работам	2		
	Оформление отчетов по лабораторным работам	4		
	Подготовка к контрольным работам	3		
	Итого	13		
6 Организация продаж	Проработка лекционного материала	3	ПК-2, ПК-25, ПК-4	Зачет, Опрос на занятиях, Тест
	Итого	3		
Итого за семестр		70		
Итого		70		

10. Курсовой проект / курсовая работа

Не предусмотрено РУП.

11. Рейтинговая система для оценки успеваемости обучающихся

11.1. Балльные оценки для элементов контроля

Таблица 11.1 – Балльные оценки для элементов контроля

Элементы учебной деятельности	Максимальный балл на 1-ую КТ с начала семестра	Максимальный балл за период между 1КТ и 2КТ	Максимальный балл за период между 2КТ и на конец семестра	Всего за семестр
5 семестр				
Контрольная работа	5	5	5	15
Опрос на занятиях	10	10	10	30
Отчет по лабораторной работе	20	10	10	40
Тест	5	5	5	15
Итого максимум за период	40	30	30	100

Согласована на портале № 38875

Нарастающим итогом	40	70	100	100

11.2. Пересчет баллов в оценки за контрольные точки

Пересчет баллов в оценки за контрольные точки представлен в таблице 11.2.

Таблица 11.2 – Пересчет баллов в оценки за контрольные точки

Баллы на дату контрольной точки	Оценка
≥ 90% от максимальной суммы баллов на дату КТ	5
От 70% до 89% от максимальной суммы баллов на дату КТ	4
От 60% до 69% от максимальной суммы баллов на дату КТ	3
< 60% от максимальной суммы баллов на дату КТ	2

11.3. Пересчет суммы баллов в традиционную и международную оценку

Пересчет суммы баллов в традиционную и международную оценку представлен в таблице 11.3.

Таблица 11.3 – Пересчет суммы баллов в традиционную и международную оценку

Оценка (ГОС)	Итоговая сумма баллов, учитывает успешно сданный экзамен	Оценка (ECTS)
5 (отлично) (зачтено)	90 - 100	A (отлично)
4 (хорошо) (зачтено)	85 - 89	B (очень хорошо)
	75 - 84	C (хорошо)
	70 - 74	D (удовлетворительно)
3 (удовлетворительно) (зачтено)	65 - 69	
	60 - 64	E (посредственно)
2 (неудовлетворительно) (не зачтено)	Ниже 60 баллов	F (неудовлетворительно)

12. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

12.1. Основная литература

1. Калянов Г. Н. Консалтинг: от бизнес-стратегии к корпоративной информационно-управляющей системе: учебник для вузов / Г. Н. Калянов. - 2-е изд., доп. - М. : Горячая линия - Телеком, 2011. - 210 с. (наличие в библиотеке ТУСУР - 15 экз.)

2. Рынки информационно-коммуникационных технологий [Электронный ресурс]: Учебное пособие / Н. В. Замятин - 2018. 185 с. — Режим доступа: https://edu.tusur.ru/publications/8263 (дата обращения: 10.09.2018).

12.2. Дополнительная литература

1. Афонасова М. А. Бизнес-планирование: учебное пособие / М. А. Афонасова ; Министерство образования и науки Российской Федерации, Томский государственный университет систем управления и радиоэлектроники (Томск), Факультет дистанционного обучения. - Томск : Эль Контент, 2012. - 107 с. (наличие в библиотеке ТУСУР - 15 экз.)

12.3. Учебно-методические пособия

12.3.1. Обязательные учебно-методические пособия

1. Рынки информационно-коммуникационных технологий [Электронный ресурс]: Методические указания к лабораторным работам / Н. В. Замятин - 2018. 31 с. — Режим доступа: https://edu.tusur.ru/publications/8150 (дата обращения: 10.09.2018).

2. Рынки информационно-коммуникационных технологий [Электронный ресурс]: Методические указания по организации самостоятельной работы / Н. В. Замятин - 2018. 10 с. — Режим доступа: https://edu.tusur.ru/publications/8534 (дата обращения: 10.09.2018).

Согласована на портале № 38875

12.3.2. Учебно-методические пособия для лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов

Учебно-методические материалы для самостоятельной и аудиторной работы обучающихся из числа лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов предоставляются в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации.

Для лиц с нарушениями зрения:

- в форме электронного документа;
- в печатной форме увеличенным шрифтом.

Для лиц с нарушениями слуха:

- в форме электронного документа;
- в печатной форме.

Для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата:

- в форме электронного документа;
- в печатной форме.

12.4. Профессиональные базы данных и информационные справочные системы

1. При изучении дисциплины рекомендуется обращаться к базам данных, информационно-справочным и поисковым системам, к которыми у ТУСУРа открыт доступ: https://lib.tusur.ru/ru/resursy/bazy-dannyh»

13. Материально-техническое обеспечение дисциплины и требуемое программное обеспечение

13.1. Общие требования к материально-техническому и программному обеспечению дисциплины

13.1.1. Материально-техническое и программное обеспечение для лекционных занятий

Для проведения занятий лекционного типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации используется учебная аудитория с количеством посадочных мест не менее 22-24, оборудованная доской и стандартной учебной мебелью. Имеются демонстрационное оборудование и учебно-наглядные пособия, обеспечивающие тематические иллюстрации по лекционным разделам дисциплины.

13.1.2. Материально-техническое и программное обеспечение для лабораторных работ

Лаборатория «Бизнес-информатика»

учебная аудитория для проведения занятий практического типа, учебная аудитория для проведения занятий лабораторного типа, помещение для курсового проектирования (выполнения курсовых работ), помещение для самостоятельной работы

634034, Томская область, г. Томск, Вершинина улица, д. 74, 407 ауд.

Описание имеющегося оборудования:

- Персональный компьютер Intel Core i5-2320 3.0 ГГц, ОЗУ – 4 Гб, жесткий диск – 500 Гб (12 шт.);
- Проектор Optoma Ex632.DLP;
- Экран для проектора Lumian Mas+Er;
- Магнитно-маркерная доска;
- Комплект специализированной учебной мебели;
- Рабочее место преподавателя.

Программное обеспечение:

- Google Chrome
- Mathworks Matlab
- Mathworks Simulink 6.5
- Microsoft Windows 10
- PTC Mathcad13, 14

Согласована на портале № 38875

13.1.3. Материально-техническое и программное обеспечение для самостоятельной работы

Для самостоятельной работы используются учебные аудитории (компьютерные классы), расположенные по адресам:

- 634050, Томская область, г. Томск, Ленина проспект, д. 40, 233 ауд.;
- 634045, Томская область, г. Томск, ул. Красноармейская, д. 146, 201 ауд.;
- 634034, Томская область, г. Томск, Вершинина улица, д. 47, 126 ауд.;
- 634034, Томская область, г. Томск, Вершинина улица, д. 74, 207 ауд.

Состав оборудования:

- учебная мебель;
- компьютеры класса не ниже ПЭВМ INTEL Celeron D336 2.8ГГц. - 5 шт.;
- компьютеры подключены к сети «Интернет» и обеспечивают доступ в электронную информационно-образовательную среду университета.

Перечень программного обеспечения:

- Microsoft Windows;
- OpenOffice;
- Kaspersky Endpoint Security 10 для Windows;
- 7-Zip;
- Google Chrome.

13.2. Материально-техническое обеспечение дисциплины для лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов

Освоение дисциплины лицами с ограниченными возможностями здоровья и инвалидами осуществляется с использованием средств обучения общего и специального назначения.

При занятиях с обучающимися **с нарушениями слуха** предусмотрено использование звукоусиливающей аппаратуры, мультимедийных средств и других технических средств приема/передачи учебной информации в доступных формах, мобильной системы преподавания для обучающихся с инвалидностью, портативной индукционной системы. Учебная аудитория, в которой занимаются обучающиеся с нарушением слуха, оборудована компьютерной техникой, аудиотехникой, видеотехникой, электронной доской, мультимедийной системой.

При занятиях с обучающимися **с нарушениями зрениями** предусмотрено использование в лекционных и учебных аудиториях возможности просмотра удаленных объектов (например, текста на доске или слайда на экране) при помощи видеоувеличителей для комфортного просмотра.

При занятиях с обучающимися **с нарушениями опорно-двигательного аппарата** используются альтернативные устройства ввода информации и другие технические средства приема/передачи учебной информации в доступных формах, мобильной системы обучения для людей с инвалидностью.

14. Оценочные материалы и методические рекомендации по организации изучения дисциплины

14.1. Содержание оценочных материалов и методические рекомендации

Для оценки степени сформированности и уровня освоения закрепленных за дисциплиной компетенций используются оценочные материалы в составе:

14.1.1. Тестовые задания

ПК-2. Проведение исследования и анализа рынка информационных систем и информационно-коммуникативных технологий.

1. В чем заключается дифференциация информационного продукта в виде программного обеспечения? в повышении цены

в создании определенных отличий ин-формационного продукта

в снижении издержек

в изменении структуры пакета.

Согласована на портале № 38875

2. Основными объектами на рынке ИКТ являются информационные продукты. Что представляет собой информационный продукт?

информационные услуги, предоставляемые пользователю

результаты интеллектуальной деятельности человека

доведенные до пользователя сведения

информация, которая интересует пользователя.

3. Что представляет собой информационный рынок?

предоставление платных сетевых услуг

производство, покупка и продажа ЭВМ и устройств ЭВМ при активном государственном регулировании

система экономических, правовых и организационных отношений по торговле информационными продуктами и услугами.

предоставление информационных продуктов по государственным каналам

4. Что является составляющими информационного рынка?

только технические средства

только программные средства

информационные продукты и услуги

справочные средства о поставщиках информационных продуктов и услуг

5. На региональном рынке ИКТ действует 4 фирмы удельный вес каждой соответственно 7,13,20,25. Какой уровень концентрированности рынка?

высококонцентрированный

умеренно- концентрированный

низкоконцентрированный

неконцентрированный

6. К какому виду информации нужно отнести сведения о составе и затратах трудовых, материальных финансовых и иных видов ресурсов на рынке ИКТ?

экономическая информация

технологическая информация

справочная информация

управленческая информация

7. В чем заключается стратегия проникновения на рынок ИКТ?

посредством только низких цен, и затем их повышении

посредством низких цен, а затем, их повышения, если конкуренты подавлены

посредством только высоких цен, и затем их снижении

посредством высоких цен при после-дующем подавлении конкурентов

8.В чем заключается информационный бизнес?

информационный бизнес заключается в производстве компьютеров

информационный бизнес заключается в торговле компьютерами

информационный бизнес предполагает предоставление инфокоммуникацион-ных услуг

информационный бизнес заключает-ся в производстве, торговле и предо-ставление информационных продуктов и услуг.

9. Каким законом необходимо пользоваться при работе на рынках ИКТ?

закон убывающей доходности

законом единства и борьбы противо-ложностей

законом циклического развития об-щества

Согласована на портале № 38875

законом необходимого разнообразия.

10. Что является предметом исследования парадигмы «структура – поведение - результативность» для рынка ИКТ?
причинные рыночные связи
динамика рыночных процессов
конъюнктура рынка
обратные рыночные связи.

11. Какой тип рынка ИКТ, на котором цена определяется соотношением рыночного спроса и предложения и не может сознательно контролироваться продавцом?
монополия
олигополия
совершенная конкуренция
чистая конкуренция.

12. Какая ситуация на рынке ИКТ, когда единственный покупатель взаимодействует с множеством продавцов, диктуя им цену и объём продаж?
конкурентная борьба
монополия
монопсония
доминирование покупателей.

13. В чем особенность рынка ИКТ совершен-ной конкуренции?
отличается множеством покупателей и продавцов
господствуют несколько крупных фирм
регулируется правительством
товар производит один продавец.

14. Как называют совокупность свойств и характеристик информационных продуктов и услуг, обуславлива-ющих способность удовлетворять установленные или предполагае-мые потребности покупателей?
качеством информационных продуктов
количеством информационных продуктов
показателем функциональной пригодно-сти,
показателем совместимости.

15. На рынке ИКТ региона с объемом 140 единиц функционирует фирма с объемом продаж информационных продуктов 40 еди-ниц. Какова ее доля рынка?
28
42
64
16

16. Какой ранговый индекс для рынка с высокой концентрацией?
НТ >0.7
НТ <0.3
НТ <0.5
НТ =0.2.

17. Какой уровень барьеров входа на рынок ИКТ характерен для фирмы, имеющей объем дохода 100 млн. руб. и количество сотрудни-ков равное 100?
низкий

Согласована на портале № 38875

высокий
средний
умеренный.

18. В чем заключается особенность рынка типа олигополии для рынка ИКТ?
отличается множеством покупателей и продавцов
господствуют несколько крупных фирм
регулируется правительством
товар производит один продавец.

19. Чему равна концентрация на рынке ИКТ, если доля 5 фирм составляет по 10% высоко-концентрированный
умеренно- концентрированный
низкоконцентрированный
неконцентрированный.

20. Какой уровень конкуренция на рынке ИКТ, если индекс Хервиндаля –Хиршмана составляет менее 1000?
конкуренция низкая
конкуренция высокая
конкуренция умеренная
конкуренция отсутствует.

ПК-25. способность описывать целевые сегменты ИКТ-рынка

1. В чем заключается процедура разделения потребителей рынка ИКТ на группы в зависимости от их знаний, отношений, характера использования информационного продукта и реакции на этот продукт?
в сегментировании
в дифференциации
в композиции
в интеграции.

2. Какой вид сегментирования применяется при разделении потребителей рынка ИКТ в зависимости от их расположения?
сегментирование по географическому принципу.
сегментирование по поведенческому признаку.
сегментирование по демографическому принципу.
сегментирование по психографическому признаку.

3. Что понимается под целевым рынком ИКТ для B2C?
определенная группа потребителей, которым планируется продать информационный продукт или услугу
определенная группа информационных продуктов, которую планируется продать
определенная группа информационных услуг, которую планируется предложить потребителям
сегмент рынка по демографическому принципу.

4. Как определить сегмент рынка ИКТ для реализации информационного продукта?
часть рынка ИКТ, на котором реализуется определенная группа товаров.
часть рынка ИКТ, на котором реализуется весь товар предприятия.
рынок ИКТ, на котором предприятие имеет свою торговую сеть.
группа потребителей одинаково реагиру-ющих на предлагаемый информационный продукт

Согласована на портале № 38875

и маркетинговые действия.

5. Что понимается под целевым рынком ИКТ для B2B?

определенная группа фирм, которым планируется продать информационный продукт или услугу

определенная группа информационных продуктов, которую планируется продать

определенная группа информационных услуг, которую планируется предложить организациям

сегмент рынка по демографическому принципу

6. На какие части принято разделять целевой рынок ИКТ?

рынок ИКТ принято разделять на первич-ный и вторичный

рынок ИКТ принято разделять только на первичный

рынок ИКТ принято разделять только на вторичный

рынок ИКТ принято разделять на первичный, вторичный и последующие.

7. В чем заключается особенность первичного целевого рынка?

потребители рынка имеют потребность приобрести информационный продукт, что приносит основной доход

фирмы рынка ИКТ имеют потребность создать информационный продукт, что приносит основной доход

потребители рынка ИКТ приобретают информационный продукт, что приносит трансформационые издержки

приобретают информационный продукт, что приносит транзакционные издержки.

.

8. В чем заключается особенность вторичного целевого рынка?

узкая группа потребителей информаци-онных продуктов или услуг с низким желанием в приобретении

узкая группа потребителей информацион-ных продуктов или услуг с высоким желанием в приобретении

узкая группа потребителей информационных продуктов или услуг, приносящая транзакционные издержки

узкая группа потребителей информационных продуктов или услуг, приносящая транформационные издержки.

9. В чем заключаются социально - демографические характеристики при сегментировании рынка ИКТ? помогают определить границы целевого рынка по возрасту, доходу, полу, роду занятий, семейному положению и размеру семьи, национальности, уровню образова-ния

помогают определить область, которую планируется обслуживать с помощью товара или услуги

помогают определить стиль жизни и характер покупателя

позволяют понять основную модель выбора и покупки товара на рынке.

10. В чем заключаются географические характеристики при сегментировании рынка ИКТ?

помогают определить границы целевого рынка по возрасту, уровню образования

помогают определить область, которую вы планируете обслуживать с помощью своего товара или услуги

помогают определить стиль жизни и харак-тер покупателя

позволяют понять основную модель выбора и покупки товара на рынке.

11. В чем заключаются психографические характеристики при сегментировании рынка ИКТ?

помогают определить границы целевого рынка по возрасту, уровню образования

помогают определить область, которую вы планируете обслуживать с помощью своего това-

Согласована на портале № 38875

ра или услуги

помогают определить границы рынка

позволяют понять основную модель выбора и покупки товара на рынке.

12. В чем заключаются поведенческие характеристики при сегментировании рынка ИКТ?

помогают определить границы целевого рынка по возрасту, доходу, уровню образования

помогают определить область, которую вы планируете обслуживать с помощью своего товара или услуги

помогают определить стиль жизни и харак-тер покупателя

позволяют понять основную модель выбора и покупки товара на рынке.

13. Какую функцию выполняет информация о размере рынка ИКТ?

позволяет удостовериться, что потенциальная база покупателей велика и фирма получит необходимую прибыль для роста

позволяет удостовериться, что компания сможет увеличить издержки

позволяет определить барьеры на рынке

позволяет оценить наличие конкурентов.

14. В чем заключается распределение рынка ИКТ на четкие группы потребителей, для каждой из которых могут потребоваться отдельные информационные продукты и услуги?

в регулирование рынка

в сегментации рынка

в классификации рынка

в позиционирование информационных продуктов и услуг.

15. Чем характеризуется сегмент рынка ИКТ?

стабильной конкурентоспособностью продукции

спросом потребителей, который явля-ется однородным по характеру

дифференцированным спросом потребителей;

различными потребностями потребителей.

16. В чем заключается позиционирование информационного продукта на рынке ИКТ?

определение конкурентоспособности товара

в обеспечении информационного продук-та четко обособленным местом на рынке ИКТ и в сознании потребителей

в детальном анализе характеристик и информационных продуктов и услуг, которые реализуют и предоставляют конкуренты;

в технологиях предоставления информаци-онных продуктов и услуг.

определение конкурентоспособности инфор-мационных продуктов и услуг.

17. Что представляют несколько сегментов рынка ИКТ, выбранных для маркетинговой деятельности фирмы?

потребительская группа

рыночная ниша

рыночное окно

целевой рынок.

18. Какой вид маркетинга лучше применить для направления деятельности фирмы на один сегмент рынка ИКТ?

интегрированный

дифференцированный

недифференцированный

концентрированный.

Согласована на портале № 38875

19. Какие признаки сегментации нужно применить компьютерной фирме, предлагающей компьютерные игры для различных возрастных групп?

психографические признаки
демографические признаки
географические признаки
поведенческие признаки.

20. Какие признаки сегментации нужно использовать фирме на рынке ИКТ, предлагая различные программы поощрения постоянных покупателей?

психографические признаки
демографические признаки
географические признаки
поведенческие.

14.1.2. Темы опросов на занятиях

Понятие, функции информационного бизнеса. Тенденции становления и развития информационного бизнеса в России и в мире. Данные, знания, информация, информационный продукт, информационная услуга. Информационные системы.

Бизнес информация: понятия, виды. Основные источники бизнес-информации (первичные и вторичные). Классификация источников по стратегии поиска. Парадигмы рынков ИКТ. Классификация типов структур рынка, точки безубыточности, спрос и предложение на рынке ИКТ, барьеры входа-выхода, участники рынка ИКТ.

Современные технологии создания информационного продукта. Проектирование информационных модулей. Аналитико-синтетические способы обработки информации. Комплексная оценка качества информационных продуктов и услуг. Экономическая эффективность информационного бизнеса. Оценка конкурентоспособности информационного продукта и информационной услуги: показатели, методика оценки.

Виды информационной деятельности. Типология фирм сферы информационного бизнеса. Особенности организации деятельности фирмы на рынке информационных услуг и продуктов: PR-агентство; аудиторская фирма, информационно-аналитический центр, посреднические фирмы, страховое агентство, общественные организации, образовательные учреждения, консалтинговые фирмы и др.

Модель цены. Разработка и внедрения отраслевых информационных систем: позиционирование отраслевых информационных систем, целевая аудитория, задачи.

Проблемы, сдерживающие развития информационного бизнеса в России. Внедрение отраслевых информационных систем. Виды услуг на основе отраслевых информационных систем

14.1.3. Зачёт

Дайте определение понятию информационно-коммуникационные технологии.
Поясните необходимость стандартов в области ИКТ.
Что такое предметная технология?
Назовите свойства ИКТ, как системы.
Сформулируйте понятие глобального информационного общества.
Какое определения можно дать для понятия «информационный бизнес»?
Кто является участниками информационного бизнеса?
Какими основными свойствами обладает информационный бизнес?
Какие условия необходимы для осуществления информационного бизнеса?
Как можно представить обобщенную схему информационного бизнеса?
Какие определения можно дать для понятия “отрасль”?
В чем суть Гарвардской парадигмы?
В чем суть парадигмы отрасли с микроэкономикой?
Какие виды рынков характерны для рынка ИКТ?
Какие существуют виды сегментации рынка?
Сформулируйте понятие “информационные ресурсы”.
В чем отличие данных от знаний?

Согласована на портале № 38875

В чем отличие информационного продукта от информационной услуги?
Приведите примеры информационных систем.
В чем особенности услуги системной интеграции на основе облачных вычислений?

14.1.4. Темы рефератов

1. Отраслевой рынок ИКТ (раздел 2)
2. Рынок и отрасль ИКТ (раздел 2)
3. Типы границ отраслевого рынка ИКТ (раздел 2)
4. Классификация отраслевых рынков (раздел 2)
5. Барьеры входа и выходв на отраслевом рынке ИКТ (раздел 2)
6. Олигополия как разновидность рынка ИКТ (раздел 2)

14.1.5. Темы контрольных работ

Типы рынков ИКТ (раздел 2)
Определение барьеров на рынках ИКТ (раздел 2)
Эффективность фирм на рынках ИКТ (раздел 3)
Конкурентноспособность информационных продуктов (раздел 3)
Формирование цены на рынках ИКТ (раздел 5)
Определение точек безубыточности (раздел 2)
Уравнение диффузии инноваций (раздел 2).

14.1.6. Темы лабораторных работ

Лабораторная работа 1. Определение равновесной точки спроса на рынке ИКТ
3. Лабораторная работа 2. Модель внешнего воздействия на диффузию инноваций на рынках ИКТ
4. Лабораторная работа 3. Модель внутренней диффузии инноваций на рынках ИКТ
5. Лабораторная работа 4. Модель смешанного воздействия на диффузии инноваций на рынках ИКТ
6. Лабораторная работа 5. Модель зависимости объема инсталляций информационного продукта
от величины инвестиций в его разработку

14.1.7. Методические рекомендации

Методические указания по подготовке к контрольным работам
Контрольная работа – письменная работа небольшого объема, для проверки знаний материала изучаемой дисциплины и навыков его практического применения. Контрольные работы могут состоять из одного или нескольких теоретических вопросов (обычно из 5).
С помощью контрольной работы студент постигает наиболее сложные проблемы дисциплины, систематизирует знания, учится кратко и последовательно излагать свои мысли, правильно оформлять работу.
Контрольная работа обычно проводится перед контрольной точкой с целью определить уровень знаний студента.
Для подготовки к контрольной работе по материалу, изложенному в лекциях или самостоятельно изученному, необходимо изучить содержание конспектов лекций и по непонятным вопросам использовать интернет или указанную в рабочей программе литературу.

14.2. Требования к оценочным материалам для лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов

Для лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов предусмотрены дополнительные оценочные материалы, перечень которых указан в таблице 14.
Таблица 14 – Дополнительные материалы оценивания для лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов

Категории обучающихся	Виды дополнительных оценочных материалов	Формы контроля и оценки результатов обучения
С нарушениями слуха	Тесты, письменные самостоятельные работы, вопросы к зачету,	Преимущественно письменная проверка

Согласована на портале № 38875

	контрольные работы	
С нарушениями зрения	Собеседование по вопросам к зачету, опрос по терминам	Преимущественно устная проверка (индивидуально)
С нарушениями опорно-двигательного аппарата	Решение дистанционных тестов, контрольные работы, письменные самостоятельные работы, вопросы к зачету	Преимущественно дистанционными методами
С ограничениями по общемедицинским показаниям	Тесты, письменные самостоятельные работы, вопросы к зачету, контрольные работы, устные ответы	Преимущественно проверка методами исходя из состояния обучающегося на момент проверки

14.3. Методические рекомендации по оценочным материалам для лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов

Для лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов предусматривается доступная форма предоставления заданий оценочных средств, а именно:

- в печатной форме;
- в печатной форме с увеличенным шрифтом;
- в форме электронного документа;
- методом чтения ассистентом задания вслух;
- предоставление задания с использованием сурдоперевода.

Лицам с ограниченными возможностями здоровья и инвалидам увеличивается время на подготовку ответов на контрольные вопросы. Для таких обучающихся предусматривается доступная форма предоставления ответов на задания, а именно:

- письменно на бумаге;
- набор ответов на компьютере;
- набор ответов с использованием услуг ассистента;
- представление ответов устно.

Процедура оценивания результатов обучения лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов по дисциплине предусматривает предоставление информации в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации:

Для лиц с нарушениями зрения:

- в форме электронного документа;
- в печатной форме увеличенным шрифтом.

Для лиц с нарушениями слуха:

- в форме электронного документа;
- в печатной форме.

Для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата:

- в форме электронного документа;
- в печатной форме.

При необходимости для лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов процедура оценивания результатов обучения может проводиться в несколько этапов.

Согласована на портале № 38875