



Программу составил(и):

*кэн, доцент, Мугаева Е.В.*

Рецензент(ы):

*Должность директор ООО "ГорРемСтрой Управление", г. Краснодар , Феодоров М.Г.*

Рабочая программа дисциплины

**Рынки ИКТ и организация продаж**

разработана в соответствии с ФГОС ВО:

Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования - бакалавриат по направлению подготовки 38.03.05 Бизнес-информатика (приказ Минобрнауки России от 29.07.2020 г. № 838)

составлена на основании учебного плана:

38.03.05 Бизнес-информатика

утвержденного учёным советом вуза от 25.12.2023 протокол № 4.

Рабочая программа одобрена на заседании кафедры

**Кафедра государственного и корпоративного управления**

Протокол от 05.12.2023 г. № 5

Зав. кафедрой Мугаева Екатерина Викторовна

Согласовано с представителями работодателей на заседании НМС, протокол №9 от 17 апреля 2023 г.

Председатель НМС проф. Павелко Н.Н.

**1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)**

1.1	Целью освоения дисциплины «Рынки ИКТ и организация продаж» является формирование компетенций обучающихся по направлению подготовки 38.03.05 Бизнес информатика в области тенденций развития рынка ИКТ, product-management ИКТ, актуальных вопросов ИКТ-бизнеса.
Задачи:	<input type="checkbox"/> достичь понимания студентами понятия и структуры информационно-коммуникативных технологий; <input type="checkbox"/> показать тенденции развития рынка информационно-коммуникационных технологий; <input type="checkbox"/> сформировать у студентов взгляд на российских производителей ИТ и их деятельность на отечественном и зарубежном рынках

**2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ**

Цикл (раздел) ОП:	Б1.О
2.1	Требования к предварительной подготовке обучающегося:
2.2	Дисциплины (модули) и практики, для которых освоение данной дисциплины (модуля) необходимо как предшествующее:

**3. ФОРМИРУЕМЫЕ КОМПЕТЕНЦИИ, ИНДИКАТОРЫ ИХ ДОСТИЖЕНИЯ  
и планируемые результаты обучения****4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)**

Код занятия	Наименование разделов и тем /вид занятия/	Семестр / Курс	Часов	Компетенции	Литература и эл. ресурсы	Практ . подг.
	<b>Раздел 1. Тема 1 Понятие и структура информационно-коммуникативных технологий</b>					
1.1	1.1 Понятие и этапы развития ИКТ 1.2 Совокупность средств ИКТ /Лек/	7	2		Л1.3 Л1.4 Л1.5Л2.1 Л2.2	
1.2	Практическое задание по теме 1. Осуществите классификацию известных ИКТ, заполнив пустые ячейки таблицы (по приведенным примерам) /Пр/	7	2		Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5Л2.1 Л2.2	
1.3	Выбрать направление (ИКТ-продукт) по которому студент будет работать 1. Краткое описание продукта Характеристика продукта, его название /Ср/	7	12,8		Л1.3 Л1.4 Л1.5Л2.1 Л2.2	
	<b>Раздел 2. Тема 2 Тенденции развития рынка информационно-коммуникационных технологий</b>					
2.1	2.1 Тенденции мирового ИТ-рынка 2.2 Состояние и прогнозы рынка ИКТ в 2019 году 2.3 Современное состояние и прогноз развития рынка ИКТ в 2020 году 2.4 Влияние COVID-19 на мировые ИКТ-расходы /Лек/	7	2		Л1.3 Л1.4 Л1.5Л2.1 Л2.2	
2.2	Практические задания. 1. Проанализировать данные, представленные в таблицах лекционного материала, анализ необходимо аргументировать. Объем аналитического эссе – 0,5 стр. 2. На основе анализа данных, представленных в документе Excel осуществить анализ использования ИКТ продуктов в России /Пр/	7	2		Л1.1 Л1.3 Л1.4 Л1.5Л2.1 Л2.2	
2.3	В соответствии с выбранным ИКТ-продуктом охарактеризовать: 2. Целевая аудитория Для кого предназначен ИКТ-продукт /Ср/	7	14		Л1.3 Л1.4 Л1.5Л2.1 Л2.2	

	<b>Раздел 3. Тема 3 Российские производители ИКТ и их деятельность на отечественном и зарубежном рынках</b>					
3.1	3.1 Российские компании, создающие ИКТ 3.2 Примеры успешной деятельности за рубежом российских компаний в сфере ИКТ /Лек/	7	2		Л1.3 Л1.4 Л1.5Л2.1 Л2.2	
3.2	Практические задания 1. Дайте ответ на вопрос: Есть ли будущее у информационных технологий российских компаниях? Ответ аргументируйте конкретными фактами и цифровым материалом. Ссылка на источник информации обязательна 2. Изучите Стратегию развития российского сектора электроники до 2030 года. ( <a href="https://minpromtorg.gov.ru/docs/#!strategiya_razvitiya_elektronnoy_promyshlennosti_rossiyskoy_federacii_na_period_do_2030_goda1233">https://minpromtorg.gov.ru/docs/#!strategiya_razvitiya_elektronnoy_promyshlennosti_rossiyskoy_federacii_na_period_do_2030_goda1233</a> ). Заполнить представленную ниже таблицу, дать краткий (на 0,5 стр.) анализ документа /Пр/	7	2		Л1.3 Л1.4 Л1.5Л2.1 Л2.2	
3.3	по выбранному ИКТ продукту осуществить: 3. Описание конкурентов Перечень конкурентов, предлагающих подобные продукты (рабочая ссылка на ИКТ-продукт конкурентов обязательна) /Ср/	7	12		Л1.3 Л1.4 Л1.5Л2.1 Л2.2	
	<b>Раздел 4. Тема 4 Product-management ИКТ. Часть 1: создание продукта</b>					
4.1	4.1 Понятие ИКТ-продукта и его категории 4.2 Признаки качественного и некачественного ИКТ-продукта 4.3 Этапы создания ИКТ-продукта 4.4 Ценообразование ИКТ-продукта /Лек/	7	2		Л1.3 Л1.4 Л1.5Л2.1 Л2.2	
4.2	Практическое задание Создать собственный ИКТ-продукт, заполнив 2 столбик таблицы, приведенной ниже (согласно описанию требований к содержанию ответа). /Пр/	7	2		Л1.3 Л1.4 Л1.5Л2.1 Л2.2	2
4.3	по выбранному ИКТ продукту осуществить расчёты 4. Цена продукта Студент аргументированно обосновывая стоимость своего ИКТ-продукта /Ср/	7	12		Л1.3 Л1.4 Л1.5Л2.1 Л2.2	
	<b>Раздел 5. Тема 5 Product-management ИКТ. Часть 2: продажа продукта</b>					
5.1	5.1 Поиск потенциальных клиентов 5.2 Организация продажи ИКТ-продуктов /Лек/	7	2		Л1.3 Л1.4 Л1.5Л2.1 Л2.2	
5.2	Практическое задание Разместить для продажи свой ИКТ-продукт: работающая ссылка обязательна /Пр/	7	2		Л1.3 Л1.4 Л1.5Л2.1 Л2.2	2

5.3	по выбранному продукту осуществить? 5. Решение по упаковке Описание формата упаковки	7	12		Л1.3 Л1.4 Л1.5Л2.1 Л2.2	
<b>Раздел 6. Тема 6 Актуальные вопросы ИКТ-бизнеса</b>						
6.1	6.1 ИКТ- продукты, пользующиеся наибольшим спросом 6.2 Регистрация ИКТ-бизнеса 6.3 Ошибки, которые допускают в ИКТ-бизнесе 6.4 Преимущества и недостатки ИКТ-бизнеса 6.5 Сколько можно зарабатывать в ИКТ-бизнесе /Лек/	7	6		Л1.3 Л1.4 Л1.5Л2.1 Л2.2	
6.2	Ошибки, которые допускают в ИКТ-бизнесе Преимущества и недостатки ИКТ-бизнеса Сколько можно зарабатывать в ИКТ-бизнесе /Пр/	7	6		Л1.3 Л1.4 Л1.5Л2.1 Л2.2	
6.3	6. Краткое описание маркетинга ИКТ-продукта Студент дает краткую характеристику маркетинговой стратегии: форма и методы продвижения, повышения уровня конкурентоспособности и конкурентной борьбы и пр. /Ср/	7	13		Л1.3 Л1.4 Л1.5Л2.1 Л2.2	
6.4	зачет /КА/	7	0,2		Л1.3 Л1.4 Л1.5Л2.1 Л2.2	

## 5. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ

### 5.1. Контрольные вопросы и задания

Примерный перечень вопросов к зачету

1. Понятие и этапы развития ИКТ
2. Совокупность средств ИКТ
3. Тенденции мирового ИТ-рынка
4. Состояние и прогнозы рынка ИКТ в 2019 году
5. Современное состояние и прогноз развития рынка ИКТ в 2020 году
6. Влияние COVID-19 на мировые ИКТ-расходы
7. Российские компании, создающие ИКТ
8. Примеры успешной деятельности за рубежом российских компаний в сфере ИКТ
9. Понятие ИКТ-продукта и его категории
10. Признаки качественного и некачественного ИКТ-продукта
11. Этапы создания ИКТ-продукта
12. Ценообразование ИКТ-продукта
13. Поиск потенциальных клиентов
14. Организация продажи ИКТ-продуктов
15. ИКТ- продукты, пользующиеся наибольшим спросом
16. Регистриация ИКТ-бизнеса
17. Ошибки, которые допускают в ИКТ-бизнесе
18. Преимущества и недостатки ИКТ-бизнеса
19. Сколько можно зарабатывать в ИКТ-бизнесе

### 5.2. Темы письменных работ

### 5.3. Фонд оценочных средств

ТЕСТЫ ПО ДИСЦИПЛИНЕ  
«РЫНКИ ИКТ И ОРГАНИЗАЦИИ ПРОДАЖ»

Информационным называется общество, где:

в) большинство работающих занято производством, хранением, переработкой и реализацией информации.

Информатизация общества – это:

в) процесс повсеместного распространения и использования вычислительной техники;

Информационный ресурс – это:

б) сырье для деятельности информационной индустрии

4. Информационный продукт представляет собой:

б) документированный информационный ресурс, выдаваемый в виде товара;

5. Рынок информационных продуктов и услуг – это:

в) система экономических, правовых и организационных отношений по торговле продуктами интеллектуальной деятельности на коммерческой основе.

6. Информационная культура общества предполагает:

а) знание об информационных продуктах и услугах;

в) умение работать с информационными ресурсами и средствами информационных коммуникаций.

7. Информация – это...

в) сведения об окружающем мире и протекающих в нем процессах, воспринимаемые человеком непосредственно или с помощью специальных устройств;

8. Коммуникация – это:

а) общение;

9. Что такое ИКТ?

в) ИКТ – совокупность методов, производственных процессов, программно-технических средств, интегрированных с целью сбора, обработки, хранения, распространения и использования информации.

10. Какая информация относится к сектору «деловая информация» на рынке информационных продуктов и услуг?

в) коммерческая информация;

11. Информационные технологии – это:

в) совокупность операций по сбору, обработке, передаче и хранению данных с использованием методов и средств автоматизации.

12. Одной из основных функций службы маркетинга компании при продажах ИКТ продукции:

в) мотивация организации продаж.

13. На что направлена стратегия «проталкивания» ИКТ- продукта?

в) на получение максимальной прибыли.

14. Реселлер - это:

г) компания, предоставляющая дополнительные возможности и услуги к продаваемым продуктам других поставщиков.

15. Максимальный размер цены ИКТ продукта определяется:

а) спросом;

16. Политика максимальной возможной начальной цены с ее постепенным снижением, применяемой к новым товарам называется:

в) политика «снятия сливок».

17. Метод ценообразования по которому фирма прежде всего ориентируется на конкурентов называется:

в) метод установления цены по аналогии.

18. Метод, в котором главным фактором ценообразования является восприятие и оценка товара покупателем называется:

б) метод установления цены на основе ощущения потребительской ценности товара;

19. Главное отличие затратных и параметрических методов ценообразования на ИКТ продукцию:

а) первые учитывают себестоимость, а вторые цену основных параметров товара;

20. Цена безубыточности – это, как правило:

а) рыночная цена, ориентированная на спрос;

21. К какому признаку классификации методов продаж относят активные продажи?

б) по уровню активности;

22. В зависимости от регулируемости цены могут быть:

а) мировые;

23. У каких провайдеров розничные цены самые высокие?

в) национальных.

24. Какие виды цен на используют, если требуется оценить динамику производства и продаж информационных продуктов и услуг в натуральном объеме?

а) фактические;

б) прогнозируемые;

в) сопоставимые.

25. Для средств вычислительной техники и средств связи практикуется:

а) продажа в полную стоимость

#### 5.4. Перечень видов оценочных средств

Текущий контроль осуществляется в ходе учебного процесса и консультирования обучающихся, по результатам выполнения самостоятельных работ. Формами диагностического контроля лекционной части данной дисциплины являются устные опросы и собеседования. Текущий контроль призван, с одной стороны, определить уровень продвижения обучающихся в освоении дисциплины и диагностировать затруднения в освоении материала, а с другой – показать эффективность выбранных средств и методов обучения. Формы контроля могут варьироваться в зависимости от содержания раздела дисциплины: контролем освоения содержания раздела могут являться коллоквиум, выполнение учебных индивидуальных заданий в ходе практических занятий, мониторинг результатов практических занятий, контрольный опрос (устный или письменный), презентация результатов проектной деятельности, выполнение тестовых заданий. Формы такого контроля выполняют одновременно и обучающую функцию.

Промежуточная аттестация направлена на определение уровня сформированности компетенций по дисциплине в целом.

Для комплексного планирования и осуществления всех форм учебной работы и контроля используется балльно-рейтинговая система (БРС). Все элементы учебного процесса (от посещения лекции до выполнения письменных заданий)

соотносятся с определённым количеством баллов. Работы оцениваются в баллах, сумма которых определяет рейтинг каждого обучающегося. В баллах оцениваются не только знания и навыки обучающихся, но и творческие их возможности: активность, неординарность решений поставленных проблем, умение сформулировать и решить научную проблему. Форма текущего контроля знаний – работа обучающегося на практических занятиях. Форма промежуточных аттестаций – итоговый тест по темам текущего раздела.

По дисциплине предусмотрен текущий контроль в виде тестирования, итоговый контроль в виде зачёта. Порядок проведения текущего контроля и итогового контроля по дисциплине (промежуточный контроль) строго соответствует «Положению о проведении контроля успеваемости студентов в НАН ЧОУ ВО Академии ИМСИТ». В перечень включаются вопросы из различных разделов курса, позволяющие проверить и оценить теоретические знания студентов. Текущий контроль засчитывается на основе полноты раскрытия темы и выполнения представленных заданий. Для проведения зачёта в устной, письменной или тестовой форме разрабатывается перечень вопросов, утверждаемых на кафедре.

Контрольно-оценочные средства для проведения промежуточной и итоговой аттестации обучающихся прилагаются.

Перечень видов и форм контроля дисциплины:

- выполнение учебных индивидуальных заданий в ходе практических занятий;
- контрольный опрос (устный);
- выполнение тестового задания;
- выполнение кейсов по темам занятий;
- выполнение практических работ;
- решение задач.

## 6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

### 6.1. Рекомендуемая литература

#### 6.1.1. Основная литература

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год
Л1.1	Гнатюк О. Л.	Основы теории коммуникации: Учебное пособие	Москва: КноРус, 2019, URL: <a href="https://book.ru/book/931418">https://book.ru/book/931418</a>
Л1.2	Юденков Ю. Н., Тысячникова Н. А., Сандалов И. В., Ермаков С. Л.	Интернет-технологии в банковском бизнесе: перспективы и риски: Учебно-практическое пособие	Москва: КноРус, 2021, URL: <a href="https://book.ru/book/941532">https://book.ru/book/941532</a>

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год
Л1.3	Шарков Ф.И.	Коммуникология: основы теории коммуникации: Учебник	Москва: Издательско-торговая корпорация "Дашков и К", 2020, URL: <a href="http://znanium.com/catalog/document?id=358540">http://znanium.com/catalog/document?id=358540</a>
Л1.4	Кожемякин Е.А.	Основы теории коммуникации: Учебное пособие	Москва: ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М", 2021, URL: <a href="http://znanium.com/catalog/document?id=369159">http://znanium.com/catalog/document?id=369159</a>
Л1.5	Наумов В.Н.	Рынки информационно-коммуникационных технологий и организация продаж: Учебник	Москва: ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М", 2022, URL: <a href="https://znanium.com/catalog/document?id=379820">https://znanium.com/catalog/document?id=379820</a>

### 6.1.2. Дополнительная литература

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год
Л2.1	Кабашов С.Ю.	Электронное правительство. Электронный документооборот. Термины и определения: Учебное пособие	Москва: ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М", 2021, URL: <a href="https://znanium.com/catalog/document?id=363616">https://znanium.com/catalog/document?id=363616</a>
Л2.2	Башин Ю.Б., Дремова Ю.Г.	Экономика информационного общества: Учебное пособие	Москва: ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М", 2021, URL: <a href="http://znanium.com/catalog/document?id=368124">http://znanium.com/catalog/document?id=368124</a>

### 6.3.1. Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение, в том числе отечественного производства

6.3.1.1	Windows 10 Pro RUS	Операционная система – Windows 10 Pro RUS	Подписка Microsoft Imagine Premium – Order №143659 от 12.07.2021
6.3.1.2	7-Zip	Архиватор 7-Zip	Программное обеспечение по лицензии GNU GPL
6.3.1.3	1С:Предприятие 8. Комплект	1С:Предприятие 8. Комплект для обучения в высших и средних учебных заведениях.	Сублицензионный договор № 32/180913/005 от 18.09.2013. (Первый БИТ)
6.3.1.4	SMath Studio	Программа для вычисления математических выражений и построения графиков функций	Программное обеспечение по лицензии GNU GPL
6.3.1.5	Kaspersky Endpoint Security 11	Kaspersky Endpoint Security 11 для Windows	Договор № ПР-00035750 от 13 декабря 2022г. (ООО Прима АйТи)
6.3.1.6	ПАРУС-Бюджет 8.5.6.1	Платформа ПАРУС-Бюджет 8	Договор № 001-1 от 09.01.2017, Товарная накладная №1 от 23.01.2017
6.3.1.7	10-Strike File search pro	Программа поиска файлов и документов в сети	Лицензионный сертификат от 01.01.2011
6.3.1.8	УМКК «Телекоммуникации и сети»	Учебно-методический компьютерный комплекс Диполь	С00001 Номер лицензии: 20030400000000000033
6.3.1.9	УМКК «Коммутаторы локальных сетей»	Учебно-методический компьютерный комплекс Диполь	С00001 Номер лицензии: 20030400000000000033
6.3.1.10	УМКК «Информационные технологии»	Учебно-методический компьютерный комплекс Диполь	С00001 Номер лицензии: 20030400000000000033

### 6.3.2. Перечень профессиональных баз данных и информационных справочных систем

6.3.2.1	Кодекс – Профессиональные справочные системы	<a href="https://kodeks.ru">https://kodeks.ru</a>
6.3.2.2	РОССТАНДАРТ Федеральное агентство по техническому регулированию и метрологии	<a href="https://www.gost.ru/portal/gost/">https://www.gost.ru/portal/gost/</a>
6.3.2.3	ИСО Международная организация по стандартизации	<a href="https://www.iso.org/ru/home.html">https://www.iso.org/ru/home.html</a>
6.3.2.4	Консультант Плюс	<a href="http://www.consultant.ru">http://www.consultant.ru</a>
6.3.2.5	Global CIO Официальный портал ИТ-директоров	<a href="http://www.globalcio.ru">http://www.globalcio.ru</a>

## 8. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

В соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки реализация компетентностного подхода предусматривает использование в учебном процессе активных и интерактивных форм проведения занятий (разбор конкретных задач, проведение блиц-опросов, исследовательские работы) в сочетании с внеаудиторной работой с целью формирования и развития профессиональных навыков обучающихся.

Удельный вес занятий, проводимых в интерактивной форме, составляет не менее 15 % аудиторных занятий (определяется ФГОС с учётом специфики ОПОП).

Лекционные занятия дополняются ПЗ и различными формами СРС с учебной и научной литературой. В процессе такой работы студенты приобретают навыки «глубокого чтения» - анализа и интерпретации текстов по методологии и методике дисциплины.



Учебный материал разделён на логически завершённые части (разделы), после изучения, которых предусматривается аттестация в форме письменных тестов, контрольных работ.

Работы оцениваются в баллах, сумма которых даёт рейтинг каждого обучающегося. В баллах оцениваются не только знания и навыки обучающихся, но и их творческие возможности: активность, неординарность решений поставленных проблем. Каждый раздел учебной дисциплины включает обязательные виды работ – ПЗ, различные виды СРС (выполнение домашних заданий по решению задач, подготовка к практическим занятиям).

Форма текущего контроля знаний – работа студента на практическом занятии, опрос. Форма промежуточных аттестаций – контрольная работа в аудитории, домашняя работа. Итоговая форма контроля знаний по разделам – контрольная работа или опрос.

Методические указания по выполнению учебной работы размещены в электронной образовательной среде академии

## 9. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ОБУЧАЮЩИМСЯ ПО ВЫПОЛНЕНИЮ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ

В системе обучения бакалавров большое значение отводится самостоятельной работе. Одной из форм самостоятельной работы является контрольная работа по дисциплине.

Выполнение контрольной работы по дисциплине преследует цель – закрепление теоретических знаний, полученных студентом в процессе аудиторной работы и приобретение навыков применения этих знаний в практической деятельности. Самостоятельная работа студентов в ходе семестра является важной составной частью учебного процесса и необходима для закрепления и углубления знаний, полученных в период сессии на лекциях, практических и интерактивных занятиях, а также для индивидуального изучения дисциплины в соответствии с программой и рекомендованной литературой. Самостоятельная работа выполняется в виде практического задания.

Создать собственный ИКТ-продукт, заполнив 2 столбик таблицы, приведенной ниже (согласно описанию требований к содержанию ответа).

- |   |   |
|---|---|
| 1. Краткое описание продукта                | Характеристика продукта, его название   |
| 2. Целевая аудитория                        | Для кого предназначен ИКТ-продукт   |
| 3. Описание конкурентов (обязательна)       | Перечень конкурентов, предлагающих подобные продукты (рабочая ссылка на ИКТ-продукт)  |
| 4. Цена продукта                            | Студент аргументированно обосновывая стоимость своего ИКТ-продукта  |
| 5. Решение по упаковке                      | Описание формата упаковки ИКТ-продукта  |
| 6. Краткое описание маркетинга ИКТ-продукта | Студент дает краткую характеристику маркетинговой стратегии: форма и методы продвижения, повышения уровня конкурентоспособности и конкурентной борьбы и пр. |