

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Кудрявцев М.Г.
Должность: Проректор по образовательной деятельности
Дата подписания: 01.03.2024
Уникальный программный ключ:
790a1a8df2525774421adc1fc96453f0e902bfb0

ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
МИНИСТЕРСТВА СЕЛЬСКОГО ХОЗЯЙСТВА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
**«РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ НАРОДНОГО ХОЗЯЙСТВА
ИМЕНИ В.И. ВЕРНАДСКОГО»**
(Университет Вернадского)



Рабочая программа дисциплины

Экономика и анализ рынка ИС и ИКТ

Направление подготовки 38.03.05 Бизнес-информатика

Направленность(профиль) программы Инжиниринг бизнес процессов

Квалификация Бакалавр

Форма обучения **очная**

Балашиха 2024 г.

Рабочая программа разработана в соответствии с ФГОС ВО по направлению подготовки 38.03.05
Бизнес-информатика

Рабочая программа дисциплины разработана *доцентом кафедры экономики и финансов, к.э.н. Долговой Е.А.*

Рецензент: Рецензент: *д.э.н., профессор кафедры управления Васильева И.В.*

1 Планируемые результаты обучения по дисциплине, соотнесенные с установленными в ОПОП ВО индикаторами достижения компетенций

1.1 Перечень компетенций, формируемых учебной дисциплиной

Общепрофессиональная компетенция	
ОПК-2. Способен проводить исследование и анализ рынка информационных систем и информационно-коммуникационных технологий, выбирать рациональные решения для управления бизнесом;	<p>Знать (З): составляющие рынка информационно-коммуникационных технологий; методы проведения анализа рынка информационно-коммуникационных технологий; основные подходы к ценообразованию на рынке информационных продуктов; методы оценки эффективности инвестиций в информационные технологии.</p> <p>Уметь (У): применять методики сбора, обработки и представления информации о том или ином сегменте рынка информационно-коммуникационных технологий; анализировать варианты вывода или продвижения продукции на рынке информационно-коммуникационных технологий.</p> <p>Владеть (В): методиками сбора, обработки и представления информации о том или ином сегменте рынка информационно-коммуникационных технологий</p>

2. Цели и задачи освоения учебной дисциплины, место дисциплины в структуре ОПОП ВО

Дисциплина «Экономика и анализ рынка ИС и ИКТ» относится к обязательной части основной профессиональной образовательной программы высшего образования 38.03.05 Бизнес-информатика, профиль «Инжиниринг бизнес процессов».

Цель: получение системных знаний о методах анализа высокотехнологических рынков, структуре рынка информационно-коммуникационных технологий, его основных участниках, основных тенденциях развития отдельных сегментов данного рынка, а также освоение теоретических основ ведения маркетинговой деятельности на рынке информационных продуктов.

Задачи: изучение особенностей взаимодействия субъектов рынка информационных продуктов и услуг, основ ведения маркетинговой деятельности ИТ-фирмы на рынке информационных продуктов и услуг.

3. Объем учебной дисциплины в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий, текущий и промежуточный контроль по дисциплине) и на самостоятельную работу обучающихся

3.1 Очная форма обучения

Вид учебной работы	5 семестр
Общая трудоемкость дисциплины, зачетных единиц	3
часов	108
Аудиторная (контактная) работа, часов	32,25
в т.ч. занятия лекционного типа	16
занятия семинарского типа	16

промежуточная аттестация	0,25
Самостоятельная работа обучающихся, часов	75,75
Вид промежуточной аттестации	зачёт

4. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий

4.1 Перечень разделов дисциплины с указанием трудоемкости аудиторной (контактной) и самостоятельной работы, видов контролей и перечня компетенций
Очная форма обучения

Наименование разделов и тем	Трудоемкость, часов			Наименование оценочного средства	Код компетенции
	всего	в том числе			
		аудиторной (контактной) работы	самостоятельной работы		
Раздел 1. Экономическая информация как часть информационного ресурса общества	33	8	25	Тест	ОПК-2
1.1. Этапы развития отечественного рынка ИКТ	20	4	10		
1.2. Методы исследования рынка ИКТ	13	4	15		
Раздел 2. Оценка эффективности инвестиций в информационные технологии	33,75	8	25,75	Практическое задание	ОПК-2
2.1. Российский ИКТ Foresight, долгосрочных Технологический прогноз	15	4	10,75		
2.2. Ценообразование на рынке ИКТ	15	4	11		
Раздел 3. Принципы анализа рынков ИТ.	41	16	25	Реферат	ОПК-2
3.1 Рынки ИКТ. Общий обзор	20	8	10		
3.2 Мировой и Российский рынок ИТ-услуг и продуктов	21	8	15		
Итого за семестр	107,75	32,25	75,75		
Промежуточная аттестация	0,25	0,25		Вопросы к зачёту, итоговое тестирование	ОПК-2
ИТОГО по дисциплине	108	32,25	75,75		

4.2 Содержание дисциплины по разделам

Раздел 1. Экономическая информация как часть информационного ресурса

общества

Цели – изучение основных направлений исследований в области экономической информации, как части ресурсного резерва современного общества

Задачи – изучить развитие этапов отечественного рынка ИКТ и методы его исследования.

Перечень учебных элементов раздела:

1.1. Этапы развития отечественного рынка ИКТ

1.2. Методы исследования рынка ИКТ

Раздел 2. Оценка эффективности инвестиций в информационные технологии

Цели – приобретение теоретических и практических навыков в области оценки эффективности инвестиционной деятельности в информационных технологиях

Задачи – изучить Российский ИКТ Foresight долгосрочных технологических прогнозов и ценообразование на рынке ИКТ.

Перечень учебных элементов раздела:

2.1. Российский ИКТ Foresight.долгосрочных Технологический прогноз

2.2. Ценообразование на рынке ИКТ

Раздел 3. Принципы анализа рынков ИТ

Цели – приобретение практических знаний в анализе и принципах рынков ИТ.

Задачи – изучение рынков ИТ, общий обзор, изучение Мирового и Российского рынков ИТ-услуг и продуктов.

Перечень учебных элементов раздела:

3.1. Рынки ИТ. Общий обзор

3.2. Мировой и Российский рынок ИТ-услуг и продуктов

5. Оценочные материалы по дисциплине

Оценочные материалы по дисциплине представлены в виде фонда оценочных средств.

6. Материально-техническое и учебно-методическое обеспечение дисциплины

6.1 Перечень учебно-методического обеспечения по дисциплине

№ п/п	Автор, название, место издания, издательство, год издания, количество страниц, режим доступа
1	Методические указания по изучению дисциплины

6.2 Перечень учебных изданий, необходимых для освоения дисциплины

Электронные учебные издания в электронно-библиотечных системах (ЭБС):

№ п/п	Автор, название, место издания, год издания, количество страниц	Ссылка на учебное издание в ЭБС
Основная:		
1	Куприн А.А. и др. Экономика: учебное пособие / А.В. Сосновоборский филиал РАНХиГС. – СПб.: Астерион, 2018. – 456 с.	https://inexpert.ru/wp-content/uploads/2018/12/uchebnoe-posobie-economika.pdf

2	Мировая экономика и международные экономические отношения: современное состояние, проблемы и основные тенденции развития : учебное пособие / Е.Д. Фролова [и др.] ; под общ. ред. Е.Д. Фроловой, С.А. Лукьянова.— Екатеринбург : УрФУ, 2016.— 184 с.	https://elar.urfu.ru/bitstream/10995/44111/1/978-5-321-02500-0_2016.pdf
Дополнительная		
1	Архипова З.В., Пархомов В.А. Информационные технологии в экономике. Учебное пособие.- Иркутск: Изд-во БГУЭП, 2003-184 с.	https://iq.hse.ru/more/hightech/informatsionnie-tehnologii-v-economike
2	Основы цифровой экономики: учебное пособие. коллектив авторов; под ред М.И. Столбова, Е.А. Бренделевой.-М.: Издательский дом «Научная библиотека», 2018.-238 с.	https://vk.com/doc107248915_545218865?hash=8b3fd60b5032a0ae3b

6.3 Перечень электронных образовательных ресурсов *

№ п/п	Электронный образовательный ресурс	Доступ в ЭОР (сеть Интернет, локальная сеть, авторизованный/свободный доступ)
1	Образовательная платформа Coursera. [Электронный ресурс]. - Режим доступа: -Загл. с экрана	https://www.coursera.org/
2	Российская национальная библиотека [Электронный ресурс]	http://nlr.ru/lawcenter_rnb
3	Российская Государственная библиотека [электронный ресурс].	http://www.rsl.ru
4	Федеральный образовательный портал «Экономика, социология, менеджмент»	http://www.ecsocman.edu.ru

6.4 Современные профессиональные базы данных, информационные справочные системы и лицензионное программное обеспечение

Современные профессиональные базы данных

<https://rosstat.gov.ru/>- Федеральная служба государственной статистики.

<https://cyberleninka.ru/>- научная электронная библиотека открытого доступа (OpenAccess).

<http://link.springer.com/> - полнотекстовая коллекция (база данных) электронных книг издательства SpringerNature.

<http://fcior.edu.ru/>- Федеральный центр информационно-образовательных ресурсов.

<https://agris.fao.org/agris-search/index.do> - Международная информационная система по сельскохозяйственным наукам и технологиям.

<http://window.edu.ru/>- Информационная система «Единое окно доступа к образовательным ресурсам»

Информационные справочные системы

1. Информационно-справочная система «Гарант». – URL: <https://www.garant.ru/>

2. Информационно-справочная система «Консультант Плюс». – URL: <http://www.consultant.ru/>

3. Федеральный образовательный портал "Информационно-коммуникационные технологии в образовании". – URL: <http://www.ict.edu.ru>

Лицензионное программное обеспечение

MicrosoftOffice (Access, Excel, PowerPoint, Word и т. д),
 OpenOffice, Люникс (бесплатное программное обеспечение широкого класса),
 система дистанционного обучения Moodle (www.edu.rgazu.ru),
 Вебинар (AdobeConnect v.8, Zomm, GoogleMeet, Skype, Мираполис), программное
 обеспечение электронного ресурса сайта, включая ЭБС AgriLib и видеоканал
 РГАЗУ (<http://www.youtube.com/rgazu>),
 антивирусное программное обеспечение Dr. WEB DesktopSecuritySuite.

6.5 Перечень учебных аудиторий, оборудования и технических средств обучения

Предназначение помещения (аудитории)	Наименование корпуса, № помещения (аудитории)	Перечень оборудования (в т.ч. виртуальные аналоги) и технических средств обучения*
<i>Для занятий лекционного типа</i>	Учебно-административный корпус. Каб. 344. Учебная аудитория для занятий лекционного типа, семинарского типа (семинары, практические занятия, практикумы, лабораторные работы, коллоквиумы), для проведения групповых консультаций и индивидуальной работы обучавшихся с педагогическими работниками, для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации.	Специализированная мебель, набор демонстрационного оборудования и учебно-наглядных пособий, проектор Acer x1130p, экран настенный рулонный PROJEKTA
<i>Для занятий семинарского типа, групповых консультаций, промежуточной аттестации</i>	Учебно-административный корпус. Каб. 344. Учебная аудитория для занятий лекционного типа, семинарского типа (семинары, практические занятия, практикумы, лабораторные работы, коллоквиумы), для проведения групповых консультаций и индивидуальной работы обучавшихся с педагогическими работниками, для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации.	Специализированная мебель, набор демонстрационного оборудования и учебно-наглядных пособий, проектор Acer x1130p, экран настенный рулонный PROJEKTA
<i>Для самостоятельной работы</i>	Учебно-административный корпус. Помещение для самостоятельной работы. Читальный зал	Персональные компьютеры 11 шт. Выход в интернет, доступ в электронную информационно-образовательную среду университета
	Учебно-лабораторный корпус. Помещение для самостоятельной работы.	Специализированная мебель, набор демонстрационного оборудования, персональные компьютеры 11 шт. Выход в интернет, доступ в электронную информационно-образовательную среду

Каб. 320.	университета
<p>Учебно-административный корпус. Каб. 105. Учебная аудитория для учебных занятий обучающихся из числа инвалидов и лиц с ОВЗ</p>	<p>Специализированная мебель, набор демонстрационного оборудования. Автоматизированное рабочее место для инвалидов-колясочников с коррекционной техникой и индукционной системой ЭлСис 290; Автоматизированное рабочее место для слабовидящих и незрячих пользователей со стационарным видеоувеличителем ЭлСис 29 ON; Автоматизированное рабочее место для слабовидящих и незрячих пользователей с портативным видеоувеличителем ЭлСис 207 CF; Автоматизированное рабочее место для слабовидящих и незрячих пользователей с читающей машиной ЭлСис 207 CN; Аппаратный комплекс с функцией видеоувеличения и чтения для слабовидящих и незрячих пользователей ЭлСис 207 OS.</p>

ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
МИНИСТЕРСТВА СЕЛЬСКОГО ХОЗЯЙСТВА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
**«РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ НАРОДНОГО ХОЗЯЙСТВА
ИМЕНИ В.И. ВЕРНАДСКОГО»**
(Университет Вернадского)

**Фонд оценочных средств для проведения текущего контроля и промежуточной
аттестации обучающихся по дисциплине
"Экономика и анализ рынка ИС и ИКТ"**

Направление подготовки 38.03.05 "Бизнес информатика"

Направленность (профиль) программы "Инжиниринг бизнес процессов"

Квалификация Бакалавр

Форма обучения **очная**

Балашиха 2024г.

1. Описание показателей и критериев оценивания планируемых результатов обучения по учебной дисциплине

Компетенций	Индикатор сформированности компетенций	Уровень освоения*	Планируемые результаты обучения	Наименование оценочного средства
<p><i>ОПК-2. Способен проводить исследование и анализ рынка информационных систем и информационно-коммуникационных технологий, выбирать рациональные решения для управления бизнесом;</i></p>	<p>Знать (З): составляющие рынка информационно-коммуникационных технологий; методы проведения анализа рынка информационно-коммуникационных технологий; основные подходы к ценообразованию на рынке информационных продуктов; методы оценки эффективности инвестиций в информационные технологии.</p> <p>Уметь (У): применять методики сбора, обработки и представления информации о том или ином сегменте рынка информационно-коммуникационных технологий; анализировать варианты вывода или продвижения продукции на рынке информационно-коммуникационных технологий.</p> <p>Владеть (В): методиками сбора, обработки и представления информации о том или ином сегменте рынка информационно-коммуникационных технологий</p>	<p>Пороговый (удовлетворительно)</p>	<p>знать: составляющие рынка информационно-коммуникационных технологий; методы проведения анализа рынка информационно-коммуникационных технологий; основные подходы к ценообразованию на рынке информационных продуктов; методы оценки эффективности инвестиций в информационные технологии.</p> <p>уметь: применять методики сбора, обработки и представления информации о том или ином сегменте рынка информационно-коммуникационных технологий; анализировать варианты вывода или продвижения продукции на рынке информационно-коммуникационных технологий.</p> <p>владеть: методиками сбора, обработки и представления информации о том или ином сегменте рынка информационно-коммуникационных технологий</p>	<p>Тест, практическое задание, реферат, ответ на вопрос к зачету, итоговое тестирование</p>
		<p>Продвинутый (хорошо)</p>	<p>Знает твердо: составляющие рынка информационно-коммуникационных технологий; методы проведения анализа рынка информационно-коммуникационных технологий; основные подходы к ценообразованию на рынке информационных продуктов; методы оценки эффективности инвестиций в информационные технологии.</p> <p>Умеет уверенно: применять методики сбора, обработки и представления информации о том или ином сегменте рынка информационно-коммуникационных технологий; анализировать варианты вывода или продвижения продукции на рынке информационно-коммуникационных технологий.</p> <p>Владеет уверенно: методиками сбора,</p>	<p>Тест, практическое задание, реферат, ответ на вопрос к зачету, итоговое тестирование</p>

			обработки и представления информации о том или ином сегменте рынка информационно-коммуникационных технологий	
		Высокий (отлично)	<p>Имеет сформировавшееся систематические знания: составляющие рынка информационно-коммуникационных технологий; методы проведения анализа рынка информационно-коммуникационных технологий; основные подходы к ценообразованию на рынке информационных продуктов; методы оценки эффективности инвестиций в информационные технологии.</p> <p>Имеет сформировавшееся систематическое умение: применять методики сбора, обработки и представления информации о том или ином сегменте рынка информационно-коммуникационных технологий; анализировать варианты вывода или продвижения продукции на рынке информационно-коммуникационных технологий.</p> <p>Показал сформировавшееся систематическое владение: методиками сбора, обработки и представления информации о том или ином сегменте рынка информационно-коммуникационных технологий</p>	Тест, практическое задание, реферат, ответ на вопрос к зачету, итоговое тестирование

2. Описание шкал оценивания

2.1 Шкала оценивания на этапе текущего контроля

Форма текущего контроля	Отсутствие усвоения (ниже порогового)*	Пороговый (удовлетворительно)	Продвинутый (хорошо)	Высокий (отлично)
Выполнение практического задания	не выполнена или все задания решены неправильно	Решено более 50% задания, но менее 70%	Решено более 70% задания, но есть ошибки	все задания решены без ошибок
Реферат	не выполнена или все задания решены неправильно	Цель и задачи реферата достигнуты частично. Актуальность темы	Цель и задачи выполнения реферата достигнуты. Актуальность темы реферата	Цель написания реферата достигнута, задачи решены. Актуальность

		реферата определена неубедительно. В реферате выявлены значительные отклонения от требований методических указаний.	подтверждена. Реферат выполнен с незначительными отклонениями от требований методических указаний.	темы исследования корректно и полно обоснована. Реферат выполнен согласно требованиям.
Тест	Менее 51%	51-79%	80-90%	91% и более

2.2 Шкала оценивания на этапе промежуточной аттестации (зачет и экзамен, курсовая работа)

Форма промежуточной аттестации	Отсутствие усвоения (ниже порогового)	Пороговый (удовлетворительно)	Продвинутый (хорошо)	Высокий (отлично)
Выполнение итогового тестирования	Менее 51%	51-79%	80-90%	91% и более
Ответ на вопрос к зачету	не выполнена или все задания решены неправильно	Цель и задачи вопроса достигнуты частично.	Цель и задачи выполнения вопроса достигнуты.	Цель написания ответа на вопрос достигнута, задачи решены.

3. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ

Раздел 1. Экономическая информация как часть информационного ресурса общества

Примерные тестовые задания

1 Интернет – это:

- А) всемирное объединение компьютерных сетей;
- Б) объединение компьютеров внутри одного предприятия;
- В) объединение локальных сетей различных предприятий.

2 Экстранет – это:

- А) всемирное объединение компьютерных сетей;
- Б) объединение компьютеров внутри одного предприятия;
- В) объединение локальных сетей различных предприятий.

3 Интранет – это:

- А) всемирное объединение компьютерных сетей;
- Б) объединение компьютеров внутри одного предприятия;
- В) объединение локальных сетей различных предприятий.

4 Процесс, совершаемый электронным способом, в результате которого право собственности или право пользования товаром/услугой было передано от одного лица к другому, называется:

- А) электронная коммерция;
- Б) сетевая экономика;
- В) электронный бизнес.

5 Сайт, организованный как системное многоуровневое объединение ресурсов и сервисов, называется:

- А) портал;
- Б) интернет-магазин;
- В) web-витрина.

6 Портал, создающий «рабочие места» для обеспечения пользователей необходимым сервисом (создание и поддержка фирменных каталогов; поиск покупателей и продавцов; проведение тендеров и аукционов в режиме онлайн; комплекс средств интерактивного онлайн-взаимодействия контрагентов; маркетинговый и конъюнктурный анализ; контрактная подготовка; проведение оплат поставщикам; контроль поставок), называется...

- А) интернет-аукцион;
- Б) интернет-провайдер;
- В) Виртуальная торговая площадка.

7 Электронные торговые площадки подразделяются на:

- А) смешанные, линейные;
- Б) горизонтальные, вертикальные;
- В) сетевые, произвольные.

8. Взаимодействие между коммерческим предприятием и потребителем

относится к сектору:

- А) B2B;
- Б) B2C;
- В) B2G.

9 Это относительно простые и недорогие сайты, представляющие товары торговой компании в виде стандартного каталога

- А) торговые ряды;
- Б) интернет-аукцион;
- В) Web витрина.

10 Система интернет-торговли, которая охватывает все основные бизнес-процессы торгового предприятия: выбор товаров, оформление заказов, проведение взаиморасчетов, отслеживание исполнения заказов, а в случае продажи информационных товаров или оказания информационных услуг – доставка посредством сетей электронных коммуникаций называется...

- А) интернет-аукцион;
- Б) интернет-магазин;
- В) интернет-витрина.

КОМПЛЕКТ ЗАДАНИЙ ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ

Раздел 2. Оценка эффективности инвестиций в информационные технологии

Задача 1.

1. Определить критический объем производства, если производственная мощность предприятия рассчитана на выпуск 4000 ИТ-изделий, которые продаются по цене 40 тыс. руб. Постоянные затраты составляют 4 млн. руб.

Переменные расходы на единицу - 12 тыс. руб.

2. Определить объем реализации продукции для получения 2000 млн. руб. прибыли и зону безубыточности.

Задача 2.

Цена за единицу ИТ-продукции снизилась с 20 до 19 тыс. руб., удельные переменные затраты уменьшились с 12 до 10 тыс. руб., сумма постоянных расходов сократилась с 4000 до 350 млн. руб., а объем производства снизился с 1000 до 950 ед.

Рассчитать точку безопасного объема продаж и провести факторный анализ ее изменения.

Задача 3

Данные о затратах (у) и объемах производства ИТ-продукции (х)

Месяц	х	у
Январь	120	62
Февраль	130	63
Март	150	65
Апрель	140	64
Май	180	68
Июнь	200	70
Июль	200	70
Август	270	77
Сентябрь	280	78
Октябрь	250	75
Ноябрь	200	71

Декабрь	180	67
---------	-----	----

Построить уравнение затрат.

Задача 4.

Имеются сведения об ассортименте ИТ-продукции и возможных его изменениях:

Изделие	Отпускная цена, тыс. руб.	Переменные затраты на единицу продукции, тыс. руб.	Удельный вес, %	
			Первый вариант	Второй вариант
А	8	6	50	30
Б	12	8	30	20
С	18	12	20	40
Д	20	12	-	10

Постоянные затраты за год для первого варианта составляют 1000 млн. руб., для второго – 1200 млн. руб., выручка от реализации первого варианта – 5600 млн. руб., для второго – 6000 млн. руб.

Оценить варианты с позиции прибыли.

Задача 5.

Предприятию необходимо обосновать решение о принятии дополнительного заказа на выпуск ИТ-изделия L, если мощность его оборудования используется до предела. В таком случае необходимо уменьшить выпуск других менее выгодных изделий К. Имеются следующие данные об этих изделиях:

Показатель	L	K
Цена изделия, млн. руб.	15	12
Переменные издержки на изделие, млн. руб.	9	8
Ставка маржинального дохода, млн. руб	6	4
Время выработки, мин.	8	10

Требуется определить:

1. На сколько единиц нужно сократить выпуск продукции К, чтобы можно было принять заказ на изделие L?
2. Будет ли способствовать дополнительный заказ увеличению прибыли в данном периоде?
3. Какой должна быть граница цены изделия L, чтобы фирма могла принять дополнительный заказ?

Раздел 3. Принципы анализа рынков ИТ

Примерные темы рефератов

1. Основные технологии производства информационных продуктов и услуг.
2. Ведущие ИТ-производители.
3. Основные поставщики ИТ-продуктов и ИТ-услуг.
4. Рынки ИКТ.
5. Эволюция рынка ИТ.
6. Анализ рынка информационных продуктов.

7. Направления развития бизнеса.
8. Особенности и текущее состояние ИТ-рынка.
9. Формирование спроса и предложения на ИТ рынках
10. Возможности маркетинга и его роль в развитии бизнеса.
11. Способы продвижения на ИТ рынок информационного продукта или услуги.
12. Перспективы маркетинга.
13. Методы анализа рынка ИТ.
14. Основные тенденции развития рынка ИТ.
15. Проведение маркетингового исследования.
16. Сбор, систематизация и обработка информации.
17. Использование современных технологий сбора информации и проведения исследования.
18. Прогноз перспективных для России ИТ-технологий.
19. Динамика спроса и предложения на ИТ рынке России.
20. Мировой и российский рынок горизонтальных и вертикальных бизнес-приложений.
21. Мировой и российский рынок систем автоматизации производства.
22. Мировой и российский рынок системной интеграции бизнес- и ИТ-консалтинга.
23. Рынок труда в отрасли ИТ в России и ведущих государствах (США, Индия, Китай, ЕС).
24. Организация продаж в области ИТ.
25. Стратегия компании, ее маркетинга и продаж.
26. Методология и особенности продажи решений и сервисов.
27. Построение партнерской маркетинговой сети и продаже решений.
28. Построение отделов маркетинга и продаж и методики эффективных продаж.
29. Групповые презентации коммерческих предложений.

ВОПРОСЫ ДЛЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ (ЗАЧЕТ) ПРИМЕРНЫЙ ПЕРЕЧЕНЬ ВОПРОСОВ К ЗАЧЕТУ

1. Возможности и перспективы на современном Российском рынке ИТ
2. Российский рынок ИТ – структура затрат
3. Основные технологии производства информационных продуктов и услуг.
4. Соотношение между базовыми и экстрактивными сегментами рынка
5. ИТ-услуги по созданию решений
6. Основные потребители ИТ в России
7. Изменения структуры рынка ИТ- услуг
8. Тенденции изменения структуры рынка ИТ-услуг
9. Структура ИТ рынков
10. Определение и виды ИТ-консалтинга
11. Методы ИТ-консалтинга
12. Формирование отрасли услуг в области информационных технологий
13. Понятие и основные виды ИТ-услуг
14. Формы предоставления ИТ-услуг
15. Организация мирового рынка отдельных видов ИТ-услуг
16. Территориальная и внутриотраслевая структуры рынка ИТ-услуг
17. Мировой рынок ИТ-аутсорсинга
18. Мировой рынок аутсорсинга бизнес-процессов
19. Региональные особенности развития рынка ИТ-услуг
20. Крупнейшие региональные рынки ИТ-услуг
21. Современное состояние и перспективы развития рынка ИТ-услуг в Российской Федерации
22. Обзор мирового опыта применения процедур сертификации в сфере ИКТ

23. Разработка механизма аутсорсинга административно-управленческих процессов органов государственной власти
24. Обзор государственной политики развития ИКТ
25. Информационные продукты, услуги, решения для предпринимателей: состояние и перспективы развития
26. Проблемы стимулирования развития информационно-коммуникационных технологий
27. Международные организации и программы в области развития ИКТ
28. Концепция регулирования рынка ИКТ и содействия внешнеэкономической деятельности предприятий сектора
29. Информационные технологии в управлении бизнесом
30. Интернет - магазины в системе международного глобального маркетинга
31. Организация продаж в области ИТ.

ТЕСТОВЫЕ ЗАДАНИЯ ДЛЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ (ЗАЧЕТ) ПРИМЕРНЫЕ ВОПРОСЫ ДЛЯ ИТОГОВОГО ТЕСТИРОВАНИЯ

1 Интернет – это:

- А) всемирное объединение компьютерных сетей;
- Б) объединение компьютеров внутри одного предприятия;
- В) объединение локальных сетей различных предприятий.

2 Экстранет – это:

- А) всемирное объединение компьютерных сетей;
- Б) объединение компьютеров внутри одного предприятия;
- В) объединение локальных сетей различных предприятий.

3 Интранет – это:

- А) всемирное объединение компьютерных сетей;
- Б) объединение компьютеров внутри одного предприятия;
- В) объединение локальных сетей различных предприятий.

4 Процесс, совершаемый электронным способом, в результате которого право собственности или право пользования товаром/услугой было передано от одного лица к другому, называется:

- А) электронная коммерция;
- Б) сетевая экономика;
- В) электронный бизнес.

5 Сайт, организованный как системное многоуровневое объединение ресурсов и сервисов, называется:

- А) портал;
- Б) интернет-магазин;
- В) web-витрина.

6 Портал, создающий «рабочие места» для обеспечения пользователей необходимым сервисом (создание и поддержка фирменных каталогов; поиск покупателей и продавцов; проведение тендеров и аукционов в режиме онлайн; комплекс средств интерактивного онлайн-взаимодействия контрагентов; маркетинговый и конъюнктурный анализ; контрактная подготовка; проведение оплат поставщикам; контроль поставок), называется...

- А) интернет-аукцион;

- Б) интернет-провайдер;
- В) Виртуальная торговая площадка.

7 Электронные торговые площадки подразделяются на:

- А) смешанные, линейные;
- Б) горизонтальные, вертикальные;
- В) сетевые, произвольные.

8.Взаимодействие между коммерческим предприятием и потребителем относится к сектору:

- А) B2B;
- Б) B2C;
- В) B2G.

9 Это относительно простые и недорогие сайты, представляющие товары торговой компании в виде стандартного каталога

- А) торговые ряды;
- Б) интернет-аукцион;
- В) Web витрина.

10 Система интернет-торговли, которая охватывает все основные бизнес-процессы торгового предприятия: выбор товаров, оформление заказов, проведение взаиморасчетов, отслеживание исполнения заказов, а в случае продажи информационных товаров или оказания информационных услуг – доставка посредством сетей электронных коммуникаций, называется...

- А) интернет-аукцион;
- Б) интернет-магазин;
- В) интернет-витрина.

11 Информационная система, обеспечивающая внутренние бизнес-процессы предприятия, называется:

- А) фронт-офис;
- Б) бэк-офис;
- В) Microsoft office.

12 Торговая площадка в сети Интернет, на которой цены устанавливаются во время публичных, открытых торгов на основании спроса и предложения, называется:

- А) интернет-аукцион;
- Б) интернет-магазин;
- В) интернет-витрина.

13 Какого типа интернет-аукциона в электронной коммерции не существует:

- А) стандартный аукцион;
- Б) немецкий аукцион;
- В) прямой аукцион.

14 Технология построения распределенной одновременно выступать как в роли клиента (получателя информации), так и в роли сервера (поставщика информации), называется:

- А) B2B;
- Б) C2C;

В) P2P.

15 Процесс выдачи идентифицированному партнеру разрешения на совершение некоторых действий или доступ к ресурсам, называется:

- А) аутентификация;
- Б) идентификация;
- В) авторизация.

16.Процесс преобразования информации использования формы в недоступную для неавторизованных партнеров форму, называется:

- А) аутентификация;
- Б) шифрование;
- В) авторизация.

17 Практика использования всех аспектов традиционного маркетинга в Интернете, затрагивающая основные элементы маркетинг-микса: цена, продукт, место продаж и продвижение, называется:

- А) интернет-маркетинг;
- Б) интернет-трейдинг;
- В) интернет-банкинг.

18 Эти деньги обязательно выражены в одной из государственных валют и являются разновидностью денежных единиц платежной системы одного из государств:

- А) электронные фиатные деньги;
- Б) электронные нефитные деньги;
- В) цифровые деньги.

19 Сайты этого типа состоят из нескольких страниц, содержащих информацию, наиболее востребованную клиентами: общие сведения о фирме, прайс-листы, контактные телефоны, план проезда:

- А) сайт-визитка;
- Б) сайт-каталог;
- В) сайт-витрина.

20 Какой формы расчетов в электронной сети не существует:

- А) банковские (пластиковые) карты;
- Б) электронные чеки;
- В) из рук в руки.