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: **заочная (в том числе с применением дистанционных образовательных технологий)**
Факультет: **ФДО, Факультет дистанционного обучения**
Кафедра: **АОИ, Кафедра автоматизации обработки информации**
Курс: **3**
Семестр: **5**
Учебный план набора 2014 года

Распределение рабочего времени

№	Виды учебной деятельности	5 семестр	Всего	Единицы
1	Самостоятельная работа под руководством преподавателя	8	8	часов
2	Лабораторные работы	8	8	часов
3	Контроль самостоятельной работы	2	2	часов
4	Всего контактной работы	18	18	часов
5	Самостоятельная работа	86	86	часов
6	Всего (без экзамена)	104	104	часов
7	Подготовка и сдача зачета	4	4	часов
8	Общая трудоемкость	108	108	часов
			3.0	З.Е.

Контрольные работы: 5 семестр - 1
Зачет: 5 семестр

Томск 2018

Согласована на портале № 45009

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 №_____.

Разработчики:

доцент каф. ТЭО	_____	Ю. В. Морозова
профессор каф. АОИ	_____	Н. В. Замятин

Заведующий обеспечивающей каф. АОИ	_____	Ю. П. Ехлаков

Рабочая программа дисциплины согласована с факультетом и выпускающей кафедрой:

Декан ФДО	_____	И. П. Черкашина
Заведующий выпускающей каф. АОИ	_____	Ю. П. Ехлаков

Эксперты:

Доцент кафедры технологий электронного обучения (ТЭО)	_____	Ю. В. Морозова
Доцент кафедры автоматизации обработки информации (АОИ)	_____	А. А. Сидоров

Согласована на портале № 45009

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: Менеджмент.

Последующими дисциплинами являются: Основы цифровой экономики, Теория отраслевых рынков, Электронный бизнес.

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
Контактная работа (всего)	18	18

Согласована на портале № 45009

Самостоятельная работа под руководством преподавателя (СРП)	8	8
Лабораторные работы	8	8
Контроль самостоятельной работы (КСР)	2	2
Самостоятельная работа (всего)	86	86
Подготовка к контрольным работам	10	10
Оформление отчетов по лабораторным работам	16	16
Подготовка к лабораторным работам	8	8
Самостоятельное изучение тем (вопросов) теоретической части курса	52	52
Всего (без экзамена)	104	104
Подготовка и сдача зачета	4	4
Общая трудоемкость, ч	108	108
Зачетные Единицы	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	СРП, ч	Лаб. раб., ч	КСР, ч	Сам. раб., ч	Всего часов (без экзамена)	Формируемые компетенции
5 семестр						
1 Информационно-коммуникационные технологии. Информационный бизнес на рынке ИКТ.	1	0	2	20	21	ПК-2, ПК-25, ПК-4
2 Отраслевые рынки ИКТ. Объекты рынка ИКТ. Рынки ИКТ	2	4		22	28	ПК-2, ПК-25, ПК-4
3 Маркетинговый анализ рынка ИКТ. Фирма на рынке ИКТ. Ценообразование на рынке ИКТ. Организация продаж на рынках ИКТ	2	4		22	28	ПК-2, ПК-25, ПК-4
4 Государство и рынки ИКТ. Лицензирование на рынках ИКТ	2	0		10	12	ПК-2, ПК-25, ПК-4
5 Электронная коммерция. Перспективы развития рынков ИКТ	1	0		12	13	ПК-2, ПК-25, ПК-4
Итого за семестр	8	8	2	86	104	
Итого	8	8	2	86	104	

Согласована на портале № 45009

5.2. Содержание разделов дисциплины (самостоятельная работа под руководством преподавателя)

Содержание разделов дисциплин (самостоятельная работа под руководством преподавателя) приведено в таблице 5.2.

Таблица 5.2 – Содержание разделов дисциплин (самостоятельная работа под руководством преподавателя)

Названия разделов	Содержание разделов дисциплины (самостоятельная работа под руководством преподавателя)	Трудоемкость, ч	Формируемые компетенции
5 семестр			
1 Информационно-коммуникационные технологии. Информационный бизнес на рынке ИКТ.	Понятие ИКТ. История развития. Основные термины. Функциональные технологии. Предметные технологии. Стандарты ИКТ. Основные предпосылки развития информационного бизнеса. Классификация. Основные виды бизнеса. Участники информационного бизнеса.	1	ПК-2, ПК-25, ПК-4
	Итого	1	
2 Отраслевые рынки ИКТ. Объекты рынка ИКТ. Рынки ИКТ	Понятие отраслевого рынка. Характеристика типов рыночных структур. Определение границ отраслевого рынка. Показатели анализа структуры рынка: количественные показатели рынка, сегментация рынка по потребителям, сегментация рынка по характеристикам продукта, Сегментация рынка по каналам сбыта, конкурентный анализ. Виды отраслевых рынков. Понятие об информационных ресурсах, продуктах и услугах. Их классификация. Информационная система, Программное обеспечение. Интернет. Основные этапы развития рынка ИКТ. Сегменты рынка ИКТ. Структуры рынка ИКТ	2	ПК-2, ПК-25, ПК-4
	Итого	2	
3 Маркетинговый анализ рынка ИКТ. Фирма на рынке ИКТ. Ценообразование на рынке ИКТ. Организация продаж на рынках ИКТ	Понятие маркетинга. Четыре направления: продукт, цена, место и продвижение. Показатели анализа рынка ИКТ. Понятие фирмы. Концепции фирм. Теории фирм. Модели фирм на рынке ИКТ. Виды цен на рынке ИКТ. Процесс ценообразования на информационные продукты и услуги. Модели ценообразования. Участники процесса со стороны продавца и покупателя. Структуры отделов продаж фирм информационного бизнеса	2	ПК-2, ПК-25, ПК-4
	Итого	2	
4 Государство и рынки ИКТ. Лицензирование на рынках ИКТ	Концепции государственной политики на рынках ИКТ. Причины и типы вмешательств государства. Прямые и косвенные методы регулирования. Защита интеллектуального продукта на рынках ИКТ через	2	ПК-2, ПК-25, ПК-4

Согласована на портале № 45009

	лицензирование. Понятия лицензии. Функции лицензиатора и лицензиата, роялти		
	Итого	2	
5 Электронная коммерция. Перспективы развития рынков ИКТ	Вопросы применения сетевых технологий в коммерции на рынках ИКТ. Достоинства и недостатки ЭК. Развитие рынков ИКТ путем интеграции аналитики и бизнес-аналитики, мобильных решений и облачных вычислений	1	ПК-2, ПК-25, ПК-4
	Итого	1	
Итого за семестр		8	

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
Предшествующие дисциплины					
1 Менеджмент		+	+		
Последующие дисциплины					
1 Основы цифровой экономики				+	+
2 Теория отраслевых рынков	+	+	+	+	+
3 Электронный бизнес	+			+	+

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
	СРП	Лаб. раб.	КСР	Сам. раб.	
ПК-2	+	+	+	+	Контрольная работа, Проверка контрольных работ, Отчет по лабораторной работе, Зачет, Тест
ПК-4	+	+	+	+	Контрольная работа, Проверка контрольных работ, Отчет по лабораторной работе, Зачет, Тест
ПК-25	+	+	+	+	Контрольная работа, Проверка контрольных работ, Отчет по лабораторной работе, Зачет, Тест

Согласована на портале № 45009

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			
2 Отраслевые рынки ИКТ. Объекты рынка ИКТ. Рынки ИКТ	Мультиагентная модель диффузии инноваций на рынках ИКТ	4	ПК-2, ПК-25, ПК-4
	Итого	4	
3 Маркетинговый анализ рынка ИКТ. Фирма на рынке ИКТ. Ценообразование на рынке ИКТ. Организация продаж на рынках ИКТ	Математическая модель дуополии коммерческого и некоммерческого производителей на рынке интеллектуального продукта	4	ПК-2, ПК-25, ПК-4
	Итого	4	
Итого за семестр		8	

8. Контроль самостоятельной работы

Виды контроля самостоятельной работы приведены в таблице 8.1.

Таблица 8.1 – Виды контроля самостоятельной работы

№	Вид контроля самостоятельной работы	Трудоемкость (час.)	Формируемые компетенции
5 семестр			
1	Контрольная работа с автоматизированной проверкой	2	ПК-2, ПК-25, ПК-4
Итого		2	

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 Информационно-коммуникационные технологии. Информационный бизнес на рынке ИКТ.	Самостоятельное изучение тем (вопросов) теоретической части курса	18	ПК-2, ПК-25, ПК-4	Зачет, Контрольная работа, Тест
	Подготовка к контрольным работам	2		
	Итого	20		
2 Отраслевые рынки ИКТ. Объекты рынка ИКТ. Рынки ИКТ	Самостоятельное изучение тем (вопросов) теоретической части курса	8	ПК-2, ПК-25, ПК-4	Зачет, Контрольная работа, Отчет по лабораторной работе, Тест
	Подготовка к лабораторным работам	4		

Согласована на портале № 45009

	Оформление отчетов по лабораторным работам	8		
	Подготовка к контрольным работам	2		
	Итого	22		
3 Маркетинговый анализ рынка ИКТ. Фирма на рынке ИКТ. Ценообразование на рынке ИКТ. Организация продаж на рынках ИКТ	Самостоятельное изучение тем (вопросов) теоретической части курса	8	ПК-2, ПК-25, ПК-4	Зачет, Контрольная работа, Отчет по лабораторной работе, Тест
	Подготовка к лабораторным работам	4		
	Оформление отчетов по лабораторным работам	8		
	Подготовка к контрольным работам	2		
	Итого	22		
4 Государство и рынки ИКТ. Лицензирование на рынках ИКТ	Самостоятельное изучение тем (вопросов) теоретической части курса	8	ПК-2, ПК-25, ПК-4	Зачет, Контрольная работа, Тест
	Подготовка к контрольным работам	2		
	Итого	10		
5 Электронная коммерция. Перспективы развития рынков ИКТ	Самостоятельное изучение тем (вопросов) теоретической части курса	10	ПК-2, ПК-25, ПК-4	Контрольная работа, Тест
	Подготовка к контрольным работам	2		
	Итого	12		
	Выполнение контрольной работы	2	ПК-2, ПК-25, ПК-4	Контрольная работа
Итого за семестр		86		
	Подготовка и сдача зачета	4		Зачет
Итого		90		

10. Контроль самостоятельной работы (курсовой проект / курсовая работа)

Не предусмотрено РУП.

11. Рейтинговая система для оценки успеваемости обучающихся

Рейтинговая система не используется.

12. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

12.1. Основная литература

1. Замятин Н.В. Рынки информационно-коммуникационных технологий и организация продаж Томск [Электронный ресурс]: ФДО, ТУСУР, 2016. – 202 с. Доступ из личного кабинета студента. — Режим доступа: https://study.tusur.ru/study/library/ (дата обращения: 28.10.2018).

12.2. Дополнительная литература

1. Афонасова М. А. Бизнес-планирование [Электронный ресурс]: учебное пособие / М. А. Афонасова ; Министерство образования и науки Российской Федерации, Томский государственный

Согласована на портале № 45009

университет систем управления и радиоэлектроники (Томск), Факультет дистанционного обучения. - Томск : Эль Контент, 2012. Доступ из личного кабинета студентов. — Режим доступа: https://study.tusur.ru/study/library/ (дата обращения: 28.10.2018).

12.3. Учебно-методические пособия

12.3.1. Обязательные учебно-методические пособия

1. Замятин Н. В. Рынки информационно-коммуникационных технологий [Электронный ресурс]: методические указания по выполнению лабораторных работ / Н. В. Замятин. – Томск : ФДО, ТУСУР, 2017. Доступ из личного кабинета студентов. — Режим доступа: https://study.tusur.ru/study/library/ (дата обращения: 28.10.2018).
2. Замятин Н. В. Рынки информационно-коммуникационных технологий : электронный курс / Н. В. Замятин. – Томск : ФДО, ТУСУР, 2017. Доступ из личного кабинета студентов.
3. Замятин Н.В. Рынки информационно-коммуникационных технологий [Электронный ресурс]: методические указания по организации самостоятельной работы для студентов заочной формы обучения направления подготовки 38.03.05 Бизнес-информатика, обучающихся с применением дистанционных образовательных технологий / Н. В.Замятин, Ю. П. Ехлаков. – Томск : ФДО, ТУСУР, 2018. Доступ из личного кабинета студента. — Режим доступа: https://study.tusur.ru/study/library/ (дата обращения: 28.10.2018).

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 использовать базы данных и информационно-справочные системы https://lib.tusur.ru/ru/resursy/bazy-dannyh (со свободным доступом).

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 дисциплины

Кабинет для самостоятельной работы студентов

учебная аудитория для проведения занятий лабораторного типа, помещение для проведения групповых и индивидуальных консультаций, помещение для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации, помещение для самостоятельной работы

634034, Томская область, г. Томск, Вершинина улица, д. 74, 207 ауд.

Описание имеющегося оборудования:

- Коммутатор MicroTeak;
- Компьютер PENTIUM D 945 (3 шт.);
- Компьютер GELERON D 331 (2 шт.);
- Комплект специализированной учебной мебели;
- Рабочее место преподавателя.

Программное обеспечение:

Согласована на портале № 45009

– 7-zip (с возможностью удаленного доступа)
– Google Chrome
– Kaspersky Endpoint Security 10 для Windows (с возможностью удаленного доступа)
– Microsoft Windows
– OpenOffice (с возможностью удаленного доступа)
– КонсультантПлюс (с возможностью удаленного доступа)

13.1.2. Материально-техническое и программное обеспечение для лабораторных работ

Кабинет для самостоятельной работы студентов

учебная аудитория для проведения занятий лабораторного типа, помещение для проведения групповых и индивидуальных консультаций, помещение для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации, помещение для самостоятельной работы

634034, Томская область, г. Томск, Вершинина улица, д. 74, 207 ауд.

Описание имеющегося оборудования:

- Коммутатор MicroTeak;
- Компьютер PENTIUM D 945 (3 шт.);
- Компьютер GELERON D 331 (2 шт.);
- Комплект специализированной учебной мебели;
- Рабочее место преподавателя.

Программное обеспечение:

– 7-zip (с возможностью удаленного доступа)
– AnyLogic (University Edition, с возможностью удаленного доступа)
– Google Chrome
– Kaspersky Endpoint Security 10 для Windows (с возможностью удаленного доступа)
– Microsoft Windows
– OpenOffice (с возможностью удаленного доступа)
– КонсультантПлюс (с возможностью удаленного доступа)

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

Согласована на портале № 45009

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.

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, мате-

Согласована на портале № 45009

риальных
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 инфокоммуникационных услуг
информационный бизнес заключается в производстве, торговле и предоставление информационных
продуктов и услуг.
9. Каким законом необходимо пользоваться при работе на рынках ИКТ?
закон убывающей доходности
законом единства и борьбы противоложностей
законом циклического развития общества
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, обуславливающих способность удовлетворять установленные или предполагаемые потребности
покупателей?
качеством информационных продуктов
количеством информационных продуктов

Согласована на портале № 45009

показателем функциональной пригодности,

показателем совместимости.

15. На рынке ИКТ региона с объемом 140 единиц функционирует фирма с объемом продаж информационных продуктов 40 единиц. 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 сотрудников равное 100?

низкий

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%

высококонцентрированный

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

Согласована на портале № 45009

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 реагирующих на предлагаемый информационный продукт 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 образования

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 характер покупателя

позволяют понять основную модель выбора и покупки товара на рынке.

Согласована на портале № 45009

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 товара 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 характер 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 является 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 продукта 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 информационных продуктов и услуг.

определение конкурентоспособности информационных 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.

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

Согласована на портале № 45009

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 контрольных работ

Рынки информационно-коммуникационных технологий

1. Информация становится стратегическим ресурсом, благодаря ...

1. Автоматизации процессов обработки информации;
2. Проникновению знаний в наукоемкие изделия;
3. Распространению информации по сетям;
4. Распространению информации посредством наукоемкой продукции.

2. Термин «информационный бизнес» может трактоваться двояко, потому что:

1. информационный продукт является инструментом производства;
2. информационный продукт или услуга могут выступать как в роли объекта бизнеса, так и в роли одного из инструментов бизнеса ;
3. информационная услуга является инструментом рынка;
4. информационный бизнес является инструментом производства.

3. Рыночная концентрация продавцов информационного продукта или услуги отражает:

1. Удельный вес крупных фирм, доминирующих на данном рынке;
2. Удельный вес только средних фирм в отрасли;
3. Количество различных фирм на рынке;
4. Количество малых фирм на рынке.

4. Какие направления по изучению рынка ИКТ существуют?

1. Определение отличительных особенностей рынка ИКТ как рынка высоких технологий;
2. Без учета роли участников рынка ИКТ ;
3. Без учета факторов взаимовлияния ИКТ рынка на развитие мировой экономики;
4. Без учета связей между производителями и по потребителями.

5 . По каким критериям лучше оценивать фирмы по размеру:

1. Величина активов, площадь фирмы, численность занятых;
2. Площадь фирмы, объем используемого капитала, численность занятых, объем продаж;
3. Объем используемого капитала, успешность фирмы, объем капитала, объем продаж, численность занятых;
4. Численность занятых, объем используемого капитала, величина активов, объем продаж.

6 Фирмы по форме собственности делятся на:

1. Частные, государственные, смешанные;
2. Крупные, средние, малые;
3. ООО, ЗАО, ОАО;
4. Домохозяйства.

7. К тактике ценообразования на информационные продукты относятся:

1. Скидки;
2. Установление сезонных цен;
3. Надбавки;

Согласована на портале № 45009

4. Ценовые интервенции.

8. В чем цель пассивной наступательной отраслевой политики государства?

1.Сокращение доминирующих ИКТ-фирм;

2. Помощь слабым ИКТ-фирмам;

3. Помощь доминирующим ИКТ-фирмам;

4. Сокращение слабых ИКТ-фирм.

9 Роль электронной коммерции в современном мире состоит в том, что, эта технология:

1. Обеспечивает возможность хозяйствующим субъектам быстро и без посредников находить коммерческого партнера с минимальными трансакционными издержками;

2. Обеспечивает хозяйствующим субъектам минимальные трансакционные издержки;

3. Позволяет быстро и без посредников находить коммерческого партнера;

4. Позволяет использовать в бизнесе достижения научно-технического прогресса в области информационно-коммуникационных технологий.

10 Основными инструментами электронной коммерции являются:

1. Классификаторы;

2. Стандарты, регламентирующие работу с электронными сообщениями;

3. Автоматизированные системы электронной коммерции;

4. Инструменты WEB-доступа;

14.1.3. Зачёт

Приведены примеры типовых заданий из банка контрольных тестов, составленных по пройденным разделам дисциплины.

1 Обеспечивающие предметные информационные технологии (ИТ) предназначены для создания...

1. ИКТ общего назначения;

2. Функциональных подсистем экономических информационных систем;

3. Автоматизированных рабочих мест;

4. Электронного офиса;

5. Функциональных информационных систем.

2 Открытое образование стало возможным после появления таких технологий, как:

1. Интернет;

2. Видеоконференции;

3. Видеотекст;

4. Электронный офис.

3 В чем особенность формальных стандартов в информационно-коммуникационных технологиях.

1. Требуют покупки лицензий на их использование;

2. Эти стандарты свободны для копирования;

3. Эти стандарты не свободны для копирования;

4. Требуют лицензии для изготовления продукции на их основе.

4 Страховой бизнес в информационной сфере будет прибыльным, если сумма страховок, выплачиваемых клиентами страховщику, … суммы страховых компенсаций, выплачиваемых клиентам.

1. Больше;

2 Больше или равна;

3. Меньше;

4. Меньше или равна.

5 Процессы развития рынка в парадигме «структура — поведение — результат» определяются:

1. Специфическими условиями производства информационного продукта или услуги;

2. Микроэкономическими условиями развития отраслевого рынка ИКТ;

3. Изменением конъюнктуры рынка;

Согласована на портале № 45009

4. Специфическими условиями потребления информационного продукта или услуги.

6. Основой монопольных явлений на рынке являются:

1. Высокие барьеры входа-выхода на рынок;

2. Ограниченное количество производителей;

3. Ограниченное количество покупателей;

4, Высокие дифференциация товара.

7 К кому классу информационных систем относится ERP?

1. Базы данных;

2. КИС;

3. Телекоммуникационные системы;

4. Системы отображения информации.

8. Контракт на предоставление услуг на длительный срок с определенным уровнем качества – это:

1. Дискретный способ предоставления услуг;

2. Аутсорсинг;

3. Разовый способ предоставления услуг;

4. Дискретный способ предоставления услуг с ограничениями.

9 Как классифицирует рынки ИКТ МЭР РФ?

1. По товарам и услугам, по обслуживанию технических средств, материальным и нематериальным продуктам и услугам;

2. Только по обслуживанию технических средств;

3. Только по материальным информационным продуктам;

4. Только по нематериальным продуктам;

10. Как классифицирует рынки ИКТ Министерство связи и массовых коммуникаций РФ?

1. Информационные продукты, услуги и телекоммуникационных услуги рассматриваются отдельно;

2. Информационные продукты, услуги и телекоммуникационных услуги рассматриваются вместе;

3. Рассматриваются только коммуникационные продукты и услуги;

4. Рассматриваются только информационные продукты и услуги.

11. Какие существуют характеристики продукта?

1. Прейскурант, скидки, надбавки, условия кредита;

2. Номенклатура, качество, торговая марка, обучение, гарантии, сопровождение;

3. Охват рынка, каналы распределения, размещение;

4. Реклама, стимулирования сбыта, связи с общественностью.

12 Фирма как обособленный субъект экономической деятельности существует между двумя видами издержек:

1. Трансакционными и издержками контроля;

2. Постоянными и переменными;

3. Прямыми и косвенными;

4. Средними и предельными.

13 Мелкими (малыми) фирмами считаются фирмы с численностью занятых … человек.

1. до 50;

2. до 100;

3. от 50 до 90;

4. менее 50.

14. Величину спроса на информационный продукт определяет:

1. Доход производителя;

2. Цена товара;

3. Сезонность;

4. Предпочтения разработчика.

15. Оптимально возможная окончательная цена должна:

1. Полностью возмещать все издержки сбыта товара;

Согласована на портале № 45009

2. Обеспечивать получение определённой нормы прибыли;

3. Не должна быть округленной до целого числа;

4. Полностью возмещать все издержки, обеспечивать получение определённой нормы прибыли, вписываться в бюджет потребителя.

16 Что является основным процессом при организации этапа цикла продаж «Поиск»?

1. Расчет предполагаемых издержек;

2. Описание профиля потенциального клиента;

3. Подготовка разработчиков;

4. Выход рынка.

17. Что является основной целью этапа цикла продаж «Диагностика»?

1. Диагностика товаров, выпускаемых в небольших объемах;

2. Выявление партнеров, работающих с данным заказчиком;

3. Диагностика больших финансовых затрат;

4. Процедура входа на рынок.

18. Чему равна сумма простых лицензий на рынке ИКТ?

1. Сумма цен всех простых лицензий на идеально рынке ИКИ не может быть равна цене исключительной лицензии;

2. Сумма цен всех простых лицензий на идеальном рынке ИКТ должна быть равна цене исключительной лицензии

3. Сумма цен всех простых лицензий на идеально функционирующем рынке должна быть меньше цены исключительной лицензии;

4. Сумма цен всех простых лицензий на идеально функционирующем рынке должна быть больше цены исключительной лицензии.

19 Если весь риск берет на себя лицензиат, то за основу цены берутся … на создание программного продукта.

1. Все издержки лицензиара;

2. Только транзакционные издержки лицензиата;

3. Только транзакционные издержки лицензиара;

4. Только убытки лицензиара.

20. К какой разновидности по виду субъектов ЭК относятся системы обеспечения госзакупок?

1. B2B (бизнес-бизнес);

2. B2C (бизнес-потребитель);

3. C2C (потребитель-потребитель);

4. B2G (бизнес-администрация).

14.1.4. Темы лабораторных работ

Математическая модель дуополии коммерческого и некоммерческого производителей на рынке интеллектуального продукта

Мультиагентная модель диффузии инноваций на рынках ИКТ

14.1.5. Методические рекомендации

Учебный материал излагается в форме, предполагающей самостоятельное мышление студентов, самообразование. При этом самостоятельная работа студентов играет решающую роль в ходе всего учебного процесса.

Начать изучение дисциплины необходимо со знакомства с рабочей программой, списком учебно-методического и программного обеспечения. Самостоятельная работа студента включает работу с учебными материалами, выполнение контрольных мероприятий, предусмотренных учебным планом.

В процессе изучения дисциплины для лучшего освоения материала необходимо регулярно обращаться к рекомендуемой литературе и источникам, указанным в учебных материалах; пользоваться через кабинет студента на сайте Университета образовательными ресурсами электронно-библиотечной системы, а также общедоступными интернет-порталами, содержащими научно-популярные и специализированные материалы, посвященные различным аспектам учебной дисциплины.

При самостоятельном изучении тем следуйте рекомендациям:

Согласована на портале № 45009

- чтение или просмотр материала необходимо осуществлять медленно, выделяя основные идеи; на основании изученного составить тезисы. Освоив материал, попытаться соотнести теорию с примерами из практики;

- если в тексте встречаются термины, следует выяснить их значение для понимания дальнейшего материала;

- необходимо осмысливать прочитанное и изученное, отвечать на предложенные вопросы.

Студенты могут получать индивидуальные консультации с использованием средств телекоммуникации.

По дисциплине могут проводиться дополнительные занятия в форме вебинаров. Расписание вебинаров публикуется в кабинете студента на сайте Университета. Запись вебинара публикуется в электронном курсе по дисциплине.

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, контрольные работы	Преимущественно письменная проверка
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:

Согласована на портале № 45009

– 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 № 45009