

АВТОНОМНАЯ НЕКОММЕРЧЕСКАЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ
ОРГАНИЗАЦИЯ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
ЦЕНТРОСОЮЗА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
«РОССИЙСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ КООПЕРАЦИИ»
КАЗАНСКИЙ КООПЕРАТИВНЫЙ ИНСТИТУТ (ФИЛИАЛ)

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

**РЫНКИ ИНФОРМАЦИОННЫХ КОММУНИКАЦИОННЫХ
ТЕХНОЛОГИЙ И ОРГАНИЗАЦИЯ ПРОДАЖ**

Направление подготовки: 38.03.05. Бизнес-информатика

Направленность (профиль): «Электронный бизнес»

Форма обучения: очная, заочная

Квалификация (степень) выпускника: бакалавр

Срок обучения: очная форма - 4 года, заочная форма – 4 года 6 мес.

Вид учебной работы	Трудоемкость, часы (з.е.)	
	Очная форма	Заочная форма
1. Контактная работа обучающихся с преподавателем:	36(1)	10(0,28)
Аудиторные занятия, часов всего, в том числе:	36(1)	8(0,22)
• лекции	18(0,5)	4(0,11)
• практические	18(0,5)	4(0,11)
Промежуточная аттестация (контактная работа)	-	2(0,06)
2. Самостоятельная работа студентов, всего	36(1)	60(1,67)
• др. формы самостоятельной работы	36(1)	60(1,67)
3. Промежуточная аттестация: зачет	-	2(0,06)
Итого	72(2)	72(2)

Шарафутдинова Н.С. Рынки информационных коммуникационных технологий и организация продаж: Рабочая программа дисциплины (модуля). – Казань: Казанский кооперативный институт (филиал) Российского университета кооперации, 2018 – 78 с.

Рабочая программа по дисциплине (модулю) «Рынки информационных коммуникационных технологий и организация продаж» по направлению подготовки 38.03.05. Бизнес-информатика, направленность «Электронный бизнес» составлена Шарафутдиновой Н.С., доцентом кафедры экономики и инноватики Казанского кооперативного института(филиала) Российского университета кооперации в соответствии с требованиями Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки «Бизнес-информатика», утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 11.08.2016 г. № 1002, и учебными планами по направлению подготовки 38.03.05 Бизнес-информатика, направленность (профиль) «Электронный бизнес» (год начала подготовки -2018).

Рабочая программа:

обсуждена и рекомендована к утверждению решением кафедры экономики и инноватики Казанского кооперативного института (филиала) Российского университета кооперации «19» мая 2018 г., протокол № 15.

одобрена Научно-методическим советом Казанского кооперативного института (филиала) от 23.05.2018, протокол № 5.

утверждена Ученым советом Российского университета кооперации от 30.05.2018, протокол № 7.

© АНОО ВО ЦС РФ
«Российский университет
кооперации», Казанский
кооперативный институт
(филиал), 2018
© Шарафутдинова Н.С., 2018

СОДЕРЖАНИЕ

1. Цели, задачи освоения дисциплины (модуля)	4
2. Место дисциплины (модуля) в структуре основной образовательной программы	4
3. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю).....	4
4. Объем дисциплины (модуля) и виды учебной работы	5
5. Содержание дисциплины (модуля).....	6
5.1. Содержание разделов, тем дисциплины (модуля).....	6
5.2. Междисциплинарные связи с обеспечиваемыми (последующими) дисциплинами (модулями)	8
5.3. Разделы, темы дисциплины (модуля) и виды занятий.....	8
6. Лабораторный практикум	9
7. Практические занятия (семинары).....	9
8. Примерная тематика курсовых проектов (работ).....	11
9. Самостоятельная работа студента	12
10. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю).....	13
11. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля).....	14
12. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины (модуля)	14
13. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения и информационно-справочных систем (при необходимости)	15
14. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю).....	15
15. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)	15
16. Методические рекомендации по организации изучения дисциплины для преподавателей, образовательные технологии.....	16
ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)	18
1. Паспорт фонда оценочных средств	19
1.1. Компетенции, формируемые в процессе изучения дисциплины:.....	19
1.2. Сведения об иных дисциплинах (преподаваемых, в том числе, на других кафедрах) участвующих в формировании данных компетенций:	19
1.3. Этапы формирования и программа оценивания контролируемой компетенции	19
1.4. Показатели и критерии оценивания компетенций, шкала оценивания	21
2. Типовые контрольные задания для оценки результатов обучения по дисциплине и иные материалы для подготовки к промежуточной аттестации	24
2.1. Материалы для подготовки к промежуточной аттестации	24
2.2. Комплект билетов для проведения промежуточной аттестации	28
Комплект тестовых заданий для проведения зачета по дисциплине	32
2.3. Критерии оценки для проведения зачета по дисциплине.....	39
2.4. Методические материалы, определяющие процедуру оценивания по дисциплине	39
ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ И ТЕКУЩЕЙ АТТЕСТАЦИИ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)	41
Кейс-задача.....	42
Вопросы для коллоквиумов, собеседования.....	45
Перечень дискуссионных тем для круглого стола (дискуссии, полемики, диспута)	47
Темы творческих заданий.....	53
Комплект разноуровневых задач	57
Темы докладов	63
Комплект заданий для проведения текущей аттестации.....	66

1. Цели, задачи освоения дисциплины (модуля)

Целью освоения учебной дисциплины «Рынки информационных коммуникационных технологий и организация продаж» является формирование дополнительной профессиональной компетенции: управление продуктом в области информационных технологий посредством вывода на рынок, продвижения, продаж, поддержки, развития и вывода с рынка с целью достижения, поддержания и роста их успешности

Задачи освоения дисциплины:

- целенаправленная подготовка специалистов, владеющих современным инструментарием в области информационных коммуникационных технологий;
- усвоение теоретических знаний, приобретение практических навыков студентов в области рынка ИКТ;
- приобретение знаний современных проблем межкультурного взаимодействия в условиях глобализации культурного обмена;
- формирование навыков информационно-коммуникационного взаимодействия; формирование навыков разработки моделей ценообразования информационных продуктов и услуг.

2. Место дисциплины (модуля) в структуре основной образовательной программы

Дисциплина относится к вариативной части дисциплин блока Б1 «Дисциплины (модули)»

Для изучения дисциплины необходимы следующие знания, умения и владения навыками, формируемые предшествующими дисциплинами:

Менеджмент (ОПК-2);

Маркетинг (ОК-3; ПК-10).

3. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю)

Изучение дисциплины направлено на формирование у обучающихся следующей профессиональной компетенции:

ПК-10 - умение позиционировать электронное предприятие на глобальном рынке; формировать потребительскую аудиторию и осуществлять взаимодействие с потребителями, организовывать продажи в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" (далее - сеть "Интернет")

В результате изучения дисциплины обучающийся должен:

Формируемые компетенции (код компетенции)	Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю), характеризующие этапы формирования компетенций	Наименование оценочного средства
ПК-10	<u>Знать теоретические основы рынка ИКТ.</u>	Доклад
	<u>Знать технологии организации бизнеса в информационной сфере производства;</u>	
	<u>Уметь позиционировать электронное предприятие на глобальном рынке и проводить сравнительную оценку конкурентоспособности информационных продуктов и услуг;</u>	Кейс-задача Разноуровневые задачи Творческие задания
	<u>Уметь осуществлять моделирование деятельности фирмы на рынке информационных услуг и продуктов;</u>	
	<u>Владеть навыками формирования потребительской аудитории, информационно-коммуникационного взаимодействия с потребителями</u>	Дискуссия Коллоквиум/ Собеседование Контрольная работа
	<u>Владеть навыками организации продажи в среде Интернет.</u>	

4. Объем дисциплины (модуля) и виды учебной работы

очная форма обучения

Вид учебной деятельности	Часов	
	Всего	По семестрам
		5
1. Контактная работа обучающихся с преподавателем:	36	36
Аудиторные занятия всего, в том числе:	36	36
Лекции	18	18
Практические занятия	18	18
Промежуточная аттестация (контактная работа)	-	-
2. Самостоятельная работа студента всего, в том числе:	36	36
Другие виды самостоятельной работы	36	36
Вид промежуточной аттестации – зачет	-	-
ИТОГО:	72	72
Общая трудоемкость	2	2

заочная форма обучения

Вид учебной деятельности	Часов	
	Всего	По курсам
		4
1. Контактная работа обучающихся с преподавателем:	10	10
Аудиторные занятия всего, в том числе:	8	8
Лекции	4	4
Практические занятия	4	4
Промежуточная аттестация (контактная работа)	2	2
2. Самостоятельная работа студента всего, в том числе:	60	60
Другие виды самостоятельной работы	60	60
Вид промежуточной аттестации – зачет	2	2
ИТОГО:	72	72
Общая трудоемкость	2	2

5. Содержание дисциплины (модуля)

5.1. Содержание разделов, тем дисциплины (модуля)

Тема 1. Информация и бизнес информация

Информация. Типы приема и передачи информации. Каналы передачи информации. Понятие информационной системы. Управление информационным ресурсом. Информационный контур компании. Бизнес информация: понятия, виды. Основные источники бизнес информации (первичные и вторичные). Классификация источников по стратегии поиска.

Тема 2. Информационный продукт и информационная услуга

Особенности, виды и основные характеристики информационного продукта. Современные технологии создания информационного продукта. Проектирование информационных модулей. Аналитико-синтетические способы обработки информации.

Информационная услуга: понятие, специфика предоставления. Классификация информационных услуг. Комплексная оценка качества информационных продуктов и услуг.

Тема 3. Информационный бизнес

Основные функции информационного бизнеса. Технологии организации бизнеса в информационной сфере производства. Организационные формы предприятий в сфере информационного производства и информационного бизнеса. Виды информационной деятельности.

Типология фирм сферы информационного бизнеса. Особенности организации деятельности фирмы на рынке информационных услуг и продуктов: PR-агентство; аудиторская фирма, информационно-аналитический центр, посреднические фирмы, страховое агентство, общественные организации, образовательные учреждения, консалтинговые фирмы и др. Тенденции становления и развития информационного бизнеса в России и в мире. Перспективы развития информационного бизнеса.

Тема 4. Информатизация и коммуникационные процессы

Общее понятие коммуникации, ее значение в управлении организацией. Виды коммуникаций в организации. Процесс коммуникации, характеристика его основных элементов. Знаковые системы в коммуникации. Коммуникативные знаки. Эффективность различных видов коммуникаций. Приемы повышения эффективности коммуникаций. Формы и методы коммуникаций. Экономические законы развития информационных технологий. Информатизация и информационные технологии.

Тема 5. Структура отрасли ИКТ

Возникновение ИКТ. Рынок ИКТ. Этапы развития отечественного

рынка ИКТ. Структура отрасли ИКТ. Влияние ИКТ на деятельность компании. Конкурентоспособность ИКТ. Сравнительная оценка конкурентоспособности информационных продуктов и услуг.

Современные проблемы межкультурного взаимодействия в условиях глобализации культурного обмена. Проблемы межкультурного взаимодействия в сфере информационного бизнеса. Межкультурная компетенция и межкультурный бизнес-диалог. Особенности этики информационного бизнеса иностранных партнеров. Правовые и нравственно-этические нормы в сфере информационного бизнеса.

Тема 6. Исследования рынка ИКТ

Исследования рынка ИКТ: метод построения сценариев, метод мозгового штурма, метод Дельфи. Метод критических технологий. Метод сканирования среды. Метод технологических дорожных карт. Метод имитационного моделирования. Многофакторный анализ. Анализ взаимовлияния факторов. Метод Форсайт. Треугольник и ромб метода Форсайт. Методика исследования отечественного рынка ИКТ.

Методы поиска, обработки и представления данных о рынке ИКТ. Методы анализа рынков. Анализ поставщиков товаров и услуг.

Разработка и внедрение отраслевых информационных систем: позиционирование отраслевых информационных систем, целевая аудитория, задачи. Проблемы, сдерживающие развитие информационного бизнеса в России. Внедрение отраслевых информационных систем. Виды услуг на основе отраслевых информационных систем. Мировой и российский рынок системной интеграции бизнес- и ИТ- консалтинга. Рынок горизонтальных бизнес-приложений: ERP, CRM, SCM, BI, документооборот. Рынок вертикальных бизнес-приложений: информационные системы торговых компаний, билинговые системы в деятельности операторов связи, банковские системы.

Тема 7. Инвестиции и ИКТ

Понятие инвестиций в ИКТ. Инвестиционный план (проект). Его цель и основные задачи. Этапы оценки эффективности инвестиций в информационные технологии: формирование команды экспертов, анализ бизнес-процессов компании, определение решения, применение метода совокупной стоимости владения, анализ рисков, сравнительная оценка эффективности проектов. Выбор рациональных ИС и ИКТ-решений для управления бизнесом.

Тема 8. Особенности ценообразования и организация продаж ИКТ

Понятие ценообразования. Факторы, влияющие на размер цены. Определение базисных цен. Основные подходы к ценообразованию. Ценообразование в маркетинге. Особенности информационной системы как продукта на рынке. Подходы к определению цены на информационную систему. Модель цены. Модели ценообразования информационных продуктов и услуг.

Особенности организации продаж ИКТ. Стратегия компании, ее маркетинга и продаж. Презентация: цели презентации, виды презентации. Презентация ИКТ при продаже, алгоритм процесса презентации. Групповые презентации коммерческих предложений.

5.2. Междисциплинарные связи с обеспечиваемыми (последующими) дисциплинами (модулями)

Дисциплина «Рынки информационных коммуникационных технологий и организация продаж» формирует ПК-10 компетенцию, необходимую в дальнейшем для формирования компетенций преддипломной практики.

5.3. Разделы, темы дисциплины (модуля) и виды занятий

очная форма обучения

№ п/п	Наименование раздела, темы дисциплины (модуля)	Виды занятий, включая самостоятельную работу студентов (в часах)			
		Лекции	Практические занятия	Самостоятельная работа	Всего
1.	Тема 1. Информация и бизнес информация	2	2	4	8
2.	Тема 2. Информационный продукт и информационная услуга	2	2	5	9
3.	Тема 3. Информационный бизнес	2	2	5	9
4.	Тема 4. Информатизация и коммуникационные процессы	2	2	4	8
5.	Тема 5. Структура отрасли ИКТ	2	2	4	8
6.	Тема 6. Исследования рынка ИКТ	4	4	5	13
7.	Тема 7. Инвестиции и ИКТ	2	2	4	8
8.	Тема 8. Особенности ценообразования и организация продаж ИКТ	2	2	5	9
	Итого	18	18	36	72

заочная форма обучения

№ п/п	Наименование раздела, темы дисциплины (модуля)	Виды занятий, включая самостоятельную работу студентов (в часах)			
		Лекции	Практические занятия	Самостоятельная работа	Всего
1.	Тема 1. Информация и бизнес информация	-	-	6	6
2.	Тема 2. Информационный продукт и информационная услуга	-	2	6	8
3.	Тема 3. Информационный бизнес	2	-	8	10
4.	Тема 4. Информатизация и коммуникационные процессы	-	-	8	8
5.	Тема 5. Структура отрасли ИКТ	-	-	8	8
6.	Тема 6. Исследования рынка ИКТ	2	-	8	10
7.	Тема 7. Инвестиции и ИКТ	-	-	8	8
8.	Тема 8. Особенности ценообразования и организация продаж ИКТ	-	2	8	10
	Итого	4	4	60	68

6. Лабораторный практикум

Лабораторные занятия не предусмотрены учебными планами.

7. Практические занятия (семинары)

Практические занятия проводятся с целью формирования компетенций обучающихся, закрепления полученных теоретических знаний на лекциях и в процессе самостоятельного изучения обучающимися специальной литературы.

очная форма обучения

№ п/п	Наименование раздела, темы дисциплины (модуля)	Тематика практических занятий (семинаров)	Трудоемкость (час.)
1.	Тема 1. Информация и бизнес информация	Информация. Типы приема и передачи информации. Каналы передачи информации. Понятие информационной системы. Управление информационным ресурсом. Информационный контур компании. Бизнес информация: понятия, виды. Основные источники бизнес информации (первичные и вторичные).	2
2.	Тема 2. Информационный продукт и информационная услуга	Особенности, виды и основные характеристики информационного продукта. Современные технологии создания информационного продукта. Проектирование информационных модулей. Аналитико-синтетические способы обработки информации. Информационная услуга: понятие, специфика предоставления. Классификация информационных услуг.	2
3.	Тема 3. Информационный бизнес	Основные функции информационного бизнеса. Виды информационной деятельности. Типология фирм сферы информационного бизнеса. Особенности организации деятельности фирмы на рынке информационных услуг и продуктов. Тенденции становления и развития информационного бизнеса в России и в мире.	2
4.	Тема 4. Информатизация и коммуникационные процессы	Общее понятие коммуникации, ее значение в управлении организацией. Виды коммуникаций в организации. Процесс коммуникации, характеристика его основных элементов. Эффективность различных видов коммуникаций. Экономические законы развития	2

№ п/п	Наименование раздела, темы дисциплины (модуля)	Тематика практических занятий (семинаров)	Трудоемкость (час.)
		информационных технологий. Информатизация и информационные технологии.	
5.	Тема 5. Структура отрасли ИКТ	Возникновение ИКТ. Рынок ИКТ. Этапы развития отечественного рынка ИКТ. Структура отрасли ИКТ. Влияние ИКТ на деятельность компании. Конкурентоспособность ИКТ. Сравнительная оценка конкурентоспособности информационных продуктов и услуг. Проблемы межкультурного взаимодействия в сфере информационного бизнеса. Особенности этики информационного бизнеса иностранных партнеров. Правовые и нравственно-этические нормы в сфере информационного бизнеса.	2
6.	Тема 6. Исследования рынка ИКТ	Исследования рынка ИКТ. Методика исследования отечественного рынка ИКТ. Методы поиска, обработки и представления данных о рынке ИКТ. Анализ поставщиков товаров и услуг. Разработка и внедрение отраслевых информационных систем. Виды услуг на основе отраслевых информационных систем. Мировой и российский рынок системной интеграции бизнес- и ИТ-консалтинга. Рынок горизонтальных бизнес-приложений. Рынок вертикальных бизнес-приложений.	4
7.	Тема 7. Инвестиции и ИКТ	Понятие инвестиций в ИКТ. Инвестиционный план (проект). Его цель и основные задачи. Этапы оценки эффективности инвестиций в информационные технологии: формирование команды экспертов, анализ бизнес-процессов компании, определение решения, применение метода совокупной стоимости владения, анализ рисков, сравнительная оценка эффективности проектов. Выбор рациональных ИС и ИКТ-решений для управления бизнесом.	2
8.	Тема 8. Особенности ценообразования и организация продаж ИКТ	Понятие ценообразования. Факторы, влияющие на размер цены. Основные подходы к ценообразованию.	2

№ п/п	Наименование раздела, темы дисциплины (модуля)	Тематика практических занятий (семинаров)	Трудоемкость (час.)
		Подходы к определению цены на информационную систему. Модель цены. Модели ценообразования информационных продуктов и услуг. Особенности организации продаж ИКТ. Стратегия компании, ее маркетинга и продаж. Презентация: цели презентации, виды презентации. Презентация ИКТ при продаже, алгоритм процесса презентации.	
Итого			18

заочная форма обучения

№ п/п	Наименование раздела, темы дисциплины (модуля)	Тематика практических занятий (семинаров)	Трудоемкость (час.)
1.	Тема 2. Информационный продукт и информационная услуга	Особенности, виды и основные характеристики информационного продукта. Современные технологии создания информационного продукта. Проектирование информационных модулей. Аналитико-синтетические способы обработки информации. Информационная услуга: понятие, специфика предоставления. Классификация информационных услуг.	2
2.	Тема 8. Особенности ценообразования и организация продаж ИКТ	Понятие ценообразования. Факторы, влияющие на размер цены. Основные подходы к ценообразованию. Подходы к определению цены на информационную систему. Модель цены. Модели ценообразования информационных продуктов и услуг. Особенности организации продаж ИКТ. Стратегия компании, ее маркетинга и продаж. Презентация: цели презентации, виды презентации. Презентация ИКТ при продаже, алгоритм процесса презентации.	2
Итого			4

8. Примерная тематика курсовых проектов (работ)

Курсовые проекты (работы) не предусмотрены учебными планами.

9. Самостоятельная работа студента

№ п/п	Наименование раздела, темы дисциплины (модуля)	Виды самостоятельной работы студента	Оценочное средство
1	Тема 1. Информация и бизнес информация Необходимо обратить внимание на следующие вопросы: 1. Управление информационным ресурсом. 2. Информационный контур компании. 3. Бизнес информация: понятия, виды.	Домашнее задание/ Конспект темы	Тест
2	Тема 2. Информационный продукт и информационная услуга Необходимо обратить внимание на следующие вопросы: 1. Современные технологии создания информационного продукта. 2. Проектирование информационных модулей. 3. Аналитико-синтетические способы обработки информации.	Домашнее задание/ Конспект темы	Устный опрос
3	Тема 3. Информационный бизнес Необходимо обратить внимание на следующие вопросы: 1. Основные функции информационного бизнеса. 2. Типология фирм сферы информационного бизнеса. 3. Особенности организации деятельности фирмы на рынке информационных услуг и продуктов.	Домашнее задание/ задачи	Кейс-задача
4	Тема 4. Информатизация и коммуникационные процессы Необходимо обратить внимание на следующие вопросы: 1. Общее понятие коммуникации, ее значение в управлении организацией. 2. Экономические законы развития информационных технологий. 3. Информатизация и информационные технологии.	Домашнее задание/ Конспект темы	Тест
5	Тема 5. Структура отрасли ИКТ Необходимо обратить внимание на следующие вопросы: Вопросы для самостоятельной работы: 1. Рынок ИКТ. 2. Этапы развития отечественного рынка ИКТ. 3. Структура отрасли ИКТ. 4. Сравнительная оценка конкурентоспособности информационных продуктов и услуг. 5. Особенности этики информационного бизнеса иностранных партнеров. 6. Правовые и нравственно-этические нормы в сфере информационного бизнеса.	Домашнее задание/ конспект темы	Устный опрос
6	Тема 6. Исследования рынка ИКТ Необходимо обратить внимание на следующие вопросы: 1. Методы поиска, обработки и представления данных о рынке ИКТ.	Домашнее задание/ конспект темы	Устный опрос, доклад

№ п/п	Наименование раздела, темы дисциплины (модуля)	Виды самостоятельной работы студента	Оценочное средство
	2.Анализ поставщиков товаров и услуг рынка ИКТ. 3.Разработка и внедрение отраслевых информационных систем. 4.Мировой и российский рынок системной интеграции бизнес- и ИТ- консалтинга.		
7	Тема 7. Инвестиции и ИКТ Необходимо обратить внимание на следующие вопросы: 1.Этапы оценки эффективности инвестиций в информационные технологии. 2.Сравнительная оценка эффективности проектов. 3.Выбор рациональных ИС и ИКТ-решений для управления бизнесом.	Домашнее задание/ тестирование	Тест
8	Тема 8. Особенности ценообразования и организация продаж ИКТ Необходимо обратить внимание на следующие вопросы: 1.Модель цены. Модели ценообразования информационных продуктов и услуг. 2.Особенности организации продаж ИКТ. 3.Презентация ИКТ при продаже, алгоритм процесса презентации.	Домашнее задание/ доклад	Презентация

10. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)

Самостоятельная работа студентов предполагает тщательное освоение учебной и научной литературы по изучаемой дисциплине.

При изучении основной рекомендуемой литературы студентам необходимо обратить внимание на выделение основных понятий, их определения, научно-технические основы, узловые положения, представленные в изучаемом тексте.

При самостоятельной работе студентов с дополнительной литературой необходимо выделить аспект изучаемой темы (что в данном материале относится непосредственно к изучаемой теме и основным вопросам).

Дополнительную литературу целесообразно прорабатывать после основной, которая формирует базис для последующего более глубокого изучения темы. Дополнительную литературу следует изучать комплексно, рассматривая разные стороны изучаемого вопроса. Обязательным элементом самостоятельной работы студентов с литературой является ведение необходимых записей: конспекта, выписки, тезисов, планов.

Для самостоятельной работы по дисциплине используется следующее учебно-методическое обеспечение:

а) основная литература

1. Рынки информационно-коммуникационных технологий и организация продаж : учебник / В.Н. Наумов. — М. : ИНФРА-М, 2017. - 404

с. - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/550748>

2. Современные информационные технологии в управлении экономической деятельностью (теория и практика) : учеб. пособие / Б.Е. Одинцов, А.Н. Романов, С.М. Догучаева. — М. : Вузовский учебник : ИНФРА-М, 2017. — 373 с. - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/557915>

б) дополнительная литература

1. Современные информационно-коммуникационные технологии для успешного ведения бизнеса: Учебник / Ю.Д. Романова и др. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2014. - 279 с. - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/411654>

11. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля)

а) нормативные документы

1. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть первая) от 30.11.1994 № 51–ФЗ (ред. от 26.07.2006) // Собрание законодательства РФ. - 1994. - № 32. – Ст. 3301. - Консультант Плюс. [Электрон. ресурс]. - Электрон. дан. - [М., 2016.]

б) основная литература

1. Рынки информационно-коммуникационных технологий и организация продаж : учебник / В.Н. Наумов. — М. : ИНФРА-М, 2017. - 404 с. - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/550748>

2. Современные информационные технологии в управлении экономической деятельностью (теория и практика) : учеб. пособие / Б.Е. Одинцов, А.Н. Романов, С.М. Догучаева. — М. : Вузовский учебник : ИНФРА-М, 2017. — 373 с. - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/557915>

в) дополнительная литература

1. Современные информационно-коммуникационные технологии для успешного ведения бизнеса: Учебник / Ю.Д. Романова и др. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2014. - 279 с. - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/411654>

12. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины (модуля)

- <https://www.book.ru/> - ЭБС Book.ru
- <http://www.iprbookshop.ru> - ЭБС IPRbooks
- <https://ibooks.ru/> -ЭБС Айбукс.ru/ibooks.ru
- <https://rucont.ru/> - ЭБС «Национальный цифровой ресурс «Руконт»
- <http://znanium.com/> - ЭБС Znanium.com

– <https://dlib.eastview.com/>- База данных East View

13. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения и информационно-справочных систем (при необходимости)

1. Desktop School ALNG LicSAPk MVL.
 - a. Office ProPlus All Lng Lic/SA Pack MVL Partners in Learning (лицензия на пакет Office Professional Plus)
 - b. Windows 8
2. Система тестирования INDIGO.
3. Adobe Acrobat – свободно-распространяемое ПО
4. Интернет-браузеры Google Chrome, Firefox – свободно-распространяемое ПО
5. Консультант + версия проф.- справочная правовая система

Каждый обучающийся в течение всего обучения обеспечивается индивидуальным неограниченным доступом электронно-библиотечной системе и электронной информационно-образовательной среде.

14. Описание материально–технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю)

Образовательный процесс обеспечивается специальными помещениями, которые представляют собой аудитории для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, помещения для самостоятельной работы студентов и помещения для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования.

Специальные помещения соответствуют действующим противопожарным правилам и нормам, укомплектованы специализированной мебелью.

Аудитории лекционного типа, оснащенные проекционным оборудованием и техническими средствами обучения, обеспечивающими представление учебной информации большой аудитории, демонстрационным оборудованием.

Помещения для самостоятельной работы обучающихся оснащены компьютерной техникой, обеспечивающей доступ к сети Интернет и электронной информационно-образовательной среде университета.

15. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)

Дисциплина «Рынки информационных коммуникационных технологий

и организация продаж» состоит из 8 тем и изучается на лекциях, практических занятиях и при самостоятельной работе обучающихся. Обучающийся для полного освоения материала должен не пропускать занятия и активно участвовать в учебном процессе. Кроме того, обучающиеся должны ознакомиться с программой дисциплины и списком основной и дополнительной рекомендуемой литературы.

Основной теоретический материал дается на лекционных занятиях. Лекции включают все темы и основные вопросы теории и практики. Для максимальной эффективности изучения необходимо постоянно вести конспект лекций, знать рекомендуемую преподавателем основную и дополнительную учебную литературу, позволяющую дополнить знания и лучше подготовиться к практическим занятиям.

Для закрепления теоретического материала, формирования профессиональных компетенций и практических навыков со студентами проводятся практические занятия. В ходе практических занятий разбираются основные и дополнительные теоретические вопросы решаются практические задачи, проводятся тестирования по результатам изучения тем.

На изучение каждой темы выделено в соответствии с рабочей программой дисциплины количество часов практических занятий, которые проводятся в соответствии с вопросами, рекомендованными к изучению по определенным темам. Обучающиеся должны регулярно готовиться к практическим занятиям. При подготовке к занятиям следует руководствоваться конспектом лекций и рекомендованной литературой.

Для эффективного освоения материала дисциплины учебным планом предусмотрена самостоятельная работа, которая должна выполняться в обязательном порядке. Выполнение самостоятельной работы по темам дисциплины, позволяет регулярно проводить самооценку качества усвоения материалов дисциплины и выявлять аспекты, требующие более детального изучения. Задания для самостоятельной работы предложены по каждой из изучаемых тем и должны готовиться индивидуально и к указанному сроку. По необходимости студент может обращаться за консультацией к преподавателю. Выполнение заданий контролируется и оценивается преподавателем.

В случае посещения обучающегося лекций и практических занятий, изучения рекомендованной основной и дополнительной учебной литературы, а также своевременного и самостоятельного выполнения заданий, подготовка к зачету по дисциплине сводится к дальнейшей систематизации полученных знаний, умений и навыков

16. Методические рекомендации по организации изучения дисциплины для преподавателей, образовательные технологии

Оценочные средства для контроля успеваемости и результатов освоения дисциплины (модуля):

а) для текущей успеваемости: доклад, кейс-задача,

коллоквиум/собеседование, дискуссия, творческие задания, разноуровневые задачи, контрольная работа;

б) для самоконтроля обучающихся: тесты;

в) для промежуточной аттестации: вопросы для зачета, практические задания

При реализации различных видов учебной работы по дисциплине «Рынки информационных коммуникационных технологий и организация продаж» используются следующие образовательные технологии:

1) лекции с использованием методов проблемного изложения материала;

2) проведение практико-ориентированных занятий.

№	Занятие в интерактивной форме	Количество часов по очной форме		Количество часов по заочной форме	
		Лекция	Практ.	Лекция	Практ.
1	Тема 1. Информация и бизнес информация Виды: Практические занятия с применением следующих технологий: - деловая командная игра - обсуждение в группе (обсуждение вопросов для самостоятельного изучения)	-	2	-	-
2	Тема 4. Информатизация и коммуникационные процессы Виды: Лекция с демонстрацией видеоматериалов (слайды)	2	-	-	-
3	Тема 7. Инвестиции и ИКТ Виды: Практические занятия с применением следующих технологий: - круглый стол (обсуждение подготовленных студентами докладов) - обсуждение в группе (обсуждение подготовленных студентами вопросов для самостоятельного изучения)	-	2	-	-
4	Тема 8. Особенности ценообразования и организация продаж ИКТ Виды: Практические занятия с применением следующих технологий: - обсуждение в группе (обсуждение подготовленных студентами вопросов для самостоятельного изучения) - тренинг	-	2	-	2
	Итого:	2	6	-	2

**АВТОНОМНАЯ НЕКОММЕРЧЕСКАЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ
ОРГАНИЗАЦИЯ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
ЦЕНТРОСОЮЗА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
«РОССИЙСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ КООПЕРАЦИИ»
КАЗАНСКИЙ КООПЕРАТИВНЫЙ ИНСТИТУТ (ФИЛИАЛ)**

**ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ
ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО
ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)**

**РЫНКИ ИНФОРМАЦИОННЫХ КОММУНИКАЦИОННЫХ
ТЕХНОЛОГИЙ И ОРГАНИЗАЦИЯ ПРОДАЖ**

Направление подготовки: 38.03.05. Бизнес-информатика
Направленность: «Электронный бизнес»

1. Паспорт фонда оценочных средств

1.1 Компетенции, формируемые в процессе изучения дисциплины:

Индекс	Формулировка компетенции
ПК-10	умение позиционировать электронное предприятие на глобальном рынке; формировать потребительскую аудиторию и осуществлять взаимодействие с потребителями, организовывать продажи в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" (далее - сеть "Интернет")

1.2. Сведения об иных дисциплинах (преподаваемых, в том числе, на других кафедрах) участвующих в формировании данных компетенций:

1.2.1. Компетенция ПК-10 формируется в процессе изучения дисциплин (прохождения практик):

Маркетинг

Электронная коммерция

Технологии организации продаж в информационно-коммуникационной сети "Интернет"

Продвижение товаров и услуг

Маркетинг малого предприятия

Производственная практика. Преддипломная практика

Производственная практика. Практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности

1.3. Этапы формирования и программа оценивания контролируемой компетенции

№	Код контролируемой компетенции (или ее части)	Контролируемые разделы (темы) дисциплины	Наименование оценочного средства
1.	ПК-10	Тема 1. Информация и бизнес информация	Доклад Кейс-задача Разноуровневые задачи Творческие задания Дискуссия Коллоквиум/ Собеседование Контрольная работа
		Тема 2. Информационный продукт и информационная услуга	
		Тема 3. Информационный бизнес	
		Тема 4. Информатизация и коммуникационные процессы	
		Тема 5. Структура отрасли ИКТ	
		Тема 6. Исследования рынка ИКТ	
		Тема 7. Инвестиции и ИКТ	
		Тема 8. Особенности ценообразования и организация продаж ИКТ	

Процедура оценивания

1. Процедура оценивания результатов освоения программы учебной дисциплины включает в себя оценку уровня сформированности профессиональной компетенции студента при осуществлении текущего контроля и проведении промежуточной аттестации.

2. Уровень сформированности компетенции (ПК-10) определяется по качеству выполненной студентом работы и отражается в следующих формулировках: высокий, хороший, достаточный, недостаточный.

3. При выполнении студентами заданий текущего контроля и промежуточной аттестации оценивается уровень обученности «знать», «уметь», «владеть» в соответствии с запланированными результатами обучения и содержанием рабочей программы дисциплины:

- профессиональные знания студента могут проверяться при ответе на теоретические вопросы, выполнении тестовых заданий, практических работ,

- степень владения профессиональными умениями – при решении ситуационных задач, выполнении практических работ и других заданий.

4. Результаты выполнения заданий фиксируются в баллах в соответствии с показателями и критериями оценивания компетенций. Общее количество баллов складывается из:

- суммы баллов за выполнение практических заданий на выявление уровня обученности «уметь»,

- суммы баллов за выполнение практических заданий на выявление уровня обученности «владеть»,

- суммы баллов за ответы на теоретические и дополнительные вопросы,

5. По итогам текущего контроля и промежуточной аттестации в соответствии с показателями и критериями оценивания компетенций определяется уровень сформированности компетенций студента и выставляется оценка по шкале оценивания.

1.4. Показатели и критерии оценивания компетенций, шкала оценивания

Компетенции	Показатели оценивания	Критерии оценивания компетенций				Итого:
		Высокий (верно и в полном объеме) 5 б.	Средний (с незначительными замечаниями) 4 б.	Низкий (на базовом уровне, с ошибками) 3 б.	Недостаточный (содержит большое количество ошибок/ответ не дан) – 2 б.	
<i>Теоретические показатели</i>						
ПК-10	Знает <u>теоретические основы рынка ИКТ</u> <i>Доклад</i>	Верно и в полном объеме знает <u>теоретические основы рынка ИКТ</u>	С незначительными замечаниями знает <u>теоретические основы рынка ИКТ</u>	На базовом уровне, с ошибками знает <u>теоретические основы рынка ИКТ</u>	Не знает <u>теоретические основы рынка ИКТ</u>	10
	Знает <u>технологии организации бизнеса в информационной сфере производства;</u> <i>Доклад</i>	Верно и в полном объеме знает <u>технологии организации бизнеса в информационной сфере производства;</u>	С незначительными замечаниями знает <u>технологии организации бизнеса в информационной сфере производства;</u>	На базовом уровне, с ошибками знает <u>технологии организации бизнеса в информационной сфере производства;</u>	Не знает <u>технологии организации бизнеса в информационной сфере производства;</u>	
<i>Практические показатели</i>						
ПК-10	Умеет <u>позиционировать электронное предприятие на глобальном рынке и проводить сравнительную оценку конкурентоспособности информационных продуктов и услуг;</u> <i>Кейс-задача, разноуровневые задачи, творческие задания</i>	Верно и в полном объеме может <u>позиционировать электронное предприятие на глобальном рынке и проводить сравнительную оценку конкурентоспособности информационных продуктов и услуг;</u>	С незначительными замечаниями может <u>позиционировать электронное предприятие на глобальном рынке и проводить сравнительную оценку конкурентоспособности информационных продуктов и услуг;</u>	На базовом уровне, с ошибками может <u>позиционировать электронное предприятие на глобальном рынке и проводить сравнительную оценку конкурентоспособности информационных продуктов и услуг;</u>	Не может <u>позиционировать электронное предприятие на глобальном рынке и проводить сравнительную оценку конкурентоспособности информационных продуктов и услуг;</u>	10

Компетенции	Показатели оценивания	Критерии оценивания компетенций				Итого:
		Высокий (верно и в полном объеме) 5 б.	Средний (с незначительными замечаниями) 4 б.	Низкий (на базовом уровне, с ошибками) 3 б.	Недостаточный (содержит большое количество ошибок/ответ не дан) – 2 б.	
	<p>Умеет <u>осуществлять моделирование деятельности фирмы на рынке информационных услуг и продуктов;</u></p> <p>_____</p> <p><i>Кейс-задача, разноуровневые задачи, творческие задания</i></p>	<p>Верно и в полном объеме <u>может осуществлять моделирование деятельности фирмы на рынке информационных услуг и продуктов;</u></p>	<p>С незначительными замечаниями <u>может осуществлять моделирование деятельности фирмы на рынке информационных услуг и продуктов;</u></p>	<p>На базовом уровне, с ошибками <u>может осуществлять моделирование деятельности фирмы на рынке информационных услуг и продуктов;</u></p>	<p>Не может <u>осуществлять моделирование деятельности фирмы на рынке информационных услуг и продуктов;</u></p>	
<i>Владеет</i>						
ПК-10	<p>Владеет <u>навыками формирования потребительской аудитории, информационно-коммуникационного взаимодействия с потребителями</u></p> <p>_____</p> <p><i>Дискуссия, коллоквиум/ собеседование, контрольная работа</i></p>	<p>Верно и в полном объеме <u>владеет навыками формирования потребительской аудитории, информационно-коммуникационного взаимодействия с потребителями</u></p>	<p>С незначительными замечаниями <u>владеет навыками формирования потребительской аудитории, информационно-коммуникационного взаимодействия с потребителями</u></p>	<p>На базовом уровне, с ошибками <u>владеет навыками формирования потребительской аудитории, информационно-коммуникационного взаимодействия с потребителями</u></p>	<p>Не владеет <u>навыками формирования потребительской аудитории, информационно-коммуникационного взаимодействия с потребителями</u></p>	10
	<p>Владеет <u>навыками организации продажи в среде Интернет.</u></p> <p>_____</p> <p><i>Дискуссия, коллоквиум/ собеседование, контрольная работа</i></p>	<p>Верно и в полном объеме <u>владеет навыками организации продажи в среде Интернет.</u></p>	<p>С незначительными замечаниями <u>владеет навыками организации продажи в среде Интернет.</u></p>	<p>На базовом уровне, с ошибками <u>владеет навыками организации продажи в среде Интернет.</u></p>	<p>Не владеет <u>навыками организации продажи в среде Интернет.</u></p>	
					<i>ВСЕГО:</i>	30

Шкала оценивания:

Оценка	Баллы	Уровень сформированности компетенции
Зачтено	17-30	достаточный
Не зачтено	16 и менее	недостаточный

2. Типовые контрольные задания для оценки результатов обучения по дисциплине и иные материалы для подготовки к промежуточной аттестации

2.1 Материалы для подготовки к промежуточной аттестации

Вопросы к зачету:

1. Понятие, функции информационного бизнеса.
2. Тенденции становления и развития информационного бизнеса в России и в мире
3. Бизнес информация: понятия, виды.
4. Основные источники бизнес-информации (первичные и вторичные).
5. Классификация источников по стратегии поиска
6. Информационная услуга: понятие, специфика предоставления.
7. Классификация информационных услуг.
8. Современные технологии создания информационного продукта.
9. Проектирование информационных модулей: понятие информационных модулей, классификация, структура, характеристики.
10. Технология разработки метаинформативного и проблемно-ориентированного информационного модуля.
11. Аналитико-синтетические способы обработки информации.
12. Метод сравнения.
13. Комплексная оценка качества информационных продуктов и услуг.
14. Технологические критерии.
15. Оценка структуры и содержания информационной услуги.
16. Методы оценки качества информационного продукта.
17. Экономическая эффективность информационного бизнеса.
18. Оценка конкурентоспособности информационного продукта и информационной услуги: показатели, методика оценки.
19. Виды информационной деятельности.
20. Типология фирм сферы информационного бизнеса.
21. Особенности организации деятельности фирмы на рынке информационных услуг и продуктов.
22. Модель цены.

Типовые контрольные задания:

1. Раскрыть и проанализировать методы поиска, обработки и представления данных о рынке ИКТ.
2. Раскрыть и сравнить между собой методы анализа рынков ИКТ.
3. Провести анализ ИКТ поставщиков товаров и услуг.
4. Дать сравнительный анализ мирового и российского рынка системной интеграции бизнес- и ИТ- консалтинга.

5. Проанализировать и сравнить между собой горизонтальные бизнес-приложения: ERP, CRM, SCM, BI, документооборот.

6. Проанализировать и сравнить между собой вертикальные бизнес-приложения: информационные системы торговых компаний, билинговые системы в деятельности операторов связи, банковские системы.

7. Составить план организации продаж в области ИТ.

8. Описать стратегию компании, маркетинг и особенности продаж ИКТ.

9. Составить план групповой презентации коммерческого предложения ИКТ.

Образцы тестовых заданий для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины, а также для контроля самостоятельной работы:

1. Специфические виды деятельности виртуального маркетинга (2 варианта ответа):

- а) электронная торговля;
- б) исследования конкурентов;
- в) разработка системы сбыта;
- г) виртуальные коммуникации;
- д) товарная политика.

2. Тип информационных БД, содержащие наименование предприятия, его почтовые и связные реквизиты:

- а) БД первого типа;
- б) БД второго типа;
- в) БД третьего типа;
- г) БД четвертого типа;

3. В зависимости от фактора времени информационные модели и методики подразделяются на:

- а) статические;
- б) переменные;
- в) динамические;
- г) временные;
- д) постоянные.

4. Участниками информационного бизнеса могут быть:

- а) работники информационной индустрии, осуществляющие трудовую деятельность по найму;
- б) индивидуальные и коллективные потребители информационных продуктов и услуг;

в) государственные органы, учреждения и организации, выступающие в качестве участников сделок при выполнении правительственных заказов в сфере информатизации;

г) бизнесмены (предприниматели, коммерсанты), осуществляющие деятельность в сфере информатике под свою экономическую и юридическую ответственность;

д) все ответы верны.

5. Для осуществления информационного бизнеса нужны:

а) основные средства, оборотные средства, трудовые ресурсы, научно-информационные ресурсы;

б) оборотные средства, трудовые ресурсы;

в) начальный капитал, основные средства;

г) начальный капитал, научно-информационные ресурсы.

6. Бизнес-инвестиции (или капиталобразующие инвестиции) - это:

а) вложение средств в предметы искусства

б) вложение средств в реальные активы для производства товаров и оказания услуг с целью получения доходов

в) долгосрочное вложение средств с целью сбережения денег

г) любое вложение средств с целью получения дохода

д) это приобретение активов в форме ценных бумаг в целях получения дохода для данного вида инвестиционного риска

7. Виды серверов присутствия в Интернете (2 варианта ответа):

а) рекламные;

б) предоставляющие;

в) информирующие;

г) правильных ответов нет.

8. Вид маркетинга, который используют при отрицательном спросе:

а) стимулирующий маркетинг;

б) конверсионный маркетинг;

в) развивающий маркетинг;

г) ремаркетинг.

9. Рыночная концепция управления созданием, производством и реализацией товаров, где в основе принятия управленческого решения лежит информация о рынке – получила название:

а) распределительный маркетинг;

б) управленческий маркетинг;

в) функциональный маркетинг;

г) правильных ответов нет.

10. Виртуальный маркетинг - это:

а) система знаний о предложении товара на рынке на основе информационных технологий, интегрирующую маркетинговую деятельность во внутренней и внешней среде предприятия;

б) любая деловая активность, использующая возможности глобальных информационных сетей для преобразования внутренних и внешних связей с целью получения прибыли;

в) преобразование основных бизнес-процессов при помощи Интернет-технологий;

г) любая форма деловой сделки, которая проводится при помощи информационных сетей.

Литература для подготовки к зачету:

а) нормативные документы

1. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть первая) от 30.11.1994 № 51–ФЗ (ред. от 26.07.2006) // Собрание законодательства РФ. - 1994. - № 32. – Ст. 3301. - Консультант Плюс. [Электрон. ресурс]. - Электрон. дан. - [М., 2016.]

б) основная литература

1. Рынки информационно-коммуникационных технологий и организация продаж : учебник / В.Н. Наумов. — М. : ИНФРА-М, 2017. - 404 с. - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/550748>

2. Современные информационные технологии в управлении экономической деятельностью (теория и практика) : учеб. пособие / Б.Е. Одинцов, А.Н. Романов, С.М. Догучаева. — М. : Вузовский учебник : ИНФРА-М, 2017. — 373 с. - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/557915>

в) дополнительная литература

1. Современные информационно-коммуникационные технологии для успешного ведения бизнеса: Учебник / Ю.Д. Романова и др. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2014. - 279 с. - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/411654>

Промежуточная аттестация

2.2. Комплект билетов для проведения промежуточной аттестации

АВТНОМНАЯ НЕКОММЕРЧЕСКАЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ
ОРГАНИЗАЦИЯ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
ЦЕНТРОСОЮЗА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
«РОССИЙСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ КООПЕРАЦИИ»
КАЗАНСКИЙ КООПЕРАТИВНЫЙ ИНСТИТУТ (ФИЛИАЛ)

Направление подготовки: 38.03.05. Бизнес-информатика

Направленность: «Электронный бизнес»

Дисциплина: «Рынки информационных коммуникационных технологий и организация продаж»

БИЛЕТ № 1

1. Выберите необходимые средства для осуществления информационного бизнеса:

- а) основные средства, оборотные средства, трудовые ресурсы, научно-информационные ресурсы;
- б) оборотные средства, трудовые ресурсы;
- в) начальный капитал, основные средства;
- г) начальный капитал, научно-информационные ресурсы.

2. Дайте характеристику моделям распространения программного обеспечения

Модель распространения программного обеспечения	Преимущества	Недостатки
Коробочная поставка		
Условно-бесплатное программное обеспечение		
Бесплатное программное обеспечение		
Открытое программное обеспечение		
Свободное программное обеспечение(4 степени свободы)		

3. Вы установили контакт с японской фирмой, с которой хотите заключить договор по продаже ИКТ. Вас приглашают в Японию, встречают как самого дорогого гостя, предлагают обширную программу развлечений с обедом в дорогом ресторане, а когда дело доходит до переговоров, японцы просят подождать пару дней. И потом довольно продолжительное время сообщают Вам о периодически возникающих затруднениях в информационном бизнесе. Как Вы поступите в этой ситуации?

БИЛЕТ № 2

1. Рынок ИКТ: понятие, история формирования рынка ИКТ, основные сектора рынка ИКТ.

2. Заполните таблицу сходств и различий российского и зарубежного информационных рынков:

Виды рынка	Особенности
ИКТ РФ	
ИКТ Японии	
ИКТ стран Западной Европы	
ИКТ США	

3. На переговорах по продажам ИКТ вместо того, чтобы выдвигать конкретные предложения, оппонент ссылается на Ваши прежние промахи в электронном бизнесе, имевшие место несколько месяцев назад. Как Вы поступите в этом случае? Аргументируйте Ваше мнение.

БИЛЕТ № 3

1. Информационный рынок РФ. Этапы становления. Составьте схему (структуру) информационного рынка РФ.

2. Дайте характеристику методам исследования рынка ИКТ

Метод исследования рынка ИКТ	Преимущества	Недостатки
метод построения сценариев		
метод мозгового штурма		
метод Дельфи		
метод критических технологий		

3. Вы ведете переговоры по продажам ИКТ. Ваш партнер утверждает нечто, безусловно, ошибочное, с Вашей точки зрения, и неприемлемое для решения данной проблемы. Вам необходимо переубедить его. Составьте план аргументации.

БИЛЕТ № 4

1. Анализ поставщиков товаров и услуг рынка ИКТ.

2. Дайте характеристику методам исследования рынка ИКТ

Метод исследования рынка ИКТ	Преимущества	Недостатки
Метод сканирования среды.		
Метод технологических дорожных карт.		
Метод имитационного моделирования.		
Многофакторный анализ.		
Анализ взаимовлияния факторов.		

3. На переговорах по продаже ИКТ между Вами и Вашим партнером по информационному бизнесу произошел конфликт. Вас обоих быстро захватывают отрицательные эмоции. Напряжение стремительно возрастает. Ваши действия в этой ситуации? Аргументируйте Ваше мнение.

БИЛЕТ № 5

1. Понятие инвестиций в ИКТ. Выбор рациональных ИКТ-решений для управления бизнесом.

2. Дайте характеристику рынку горизонтальных бизнес-приложений

Рынок горизонтальных бизнес-приложений	Преимущества	Недостатки
ERP		
CRM		
SCM,		
BI,		
документооборот.		

3. Приведите пример оптимальной ситуации для применения Метода Форсайт в исследованиях рынка ИКТ. Приведите примеры использования треугольника и ромба по методу Форсайт в исследованиях рынка ИКТ. Аргументируйте Ваше мнение.

БИЛЕТ № 6

1. Особенности организации продаж ИКТ. Стратегия компании, ее маркетинга и продаж.

2. Составьте блок-схему этапов оценки эффективности инвестиций в информационные технологии:

- применение метода совокупной стоимости владения,
- формирование команды экспертов,
- анализ бизнес-процессов компании,
- анализ рисков,
- сравнительная оценка эффективности проектов,
- определение решения.

3. Какова Ваша точка зрения? Обоснуйте свое мнение:

Точка зрения: «При наличии избыточной информации возникает проблема отбора информации, действительно представляющей интерес и важной для своевременного принятия эффективного управленческого решения ИКТ».

Точка зрения: «Чем более разнообразными являются источники информации и сама информация, поступающая в центр принятия решения, тем большей свободой располагает лицо, принимающее решение, и тем меньше связанный с решением риск».

БИЛЕТ № 7

1. Модели ценообразования информационных продуктов и услуг.

2. Дайте характеристику рынку вертикальных бизнес-приложений

Рынок вертикальных бизнес-приложений	Характеристика
информационные системы торговых компаний	
биллинговые системы в деятельности операторов связи	
банковские системы	

3. Вы установили контакт с японской фирмой, с которой хотите заключить договор по продаже ИКТ. Вас приглашают в Японию, встречают как самого дорогого гостя, предлагают обширную программу развлечений с обедом в дорогом ресторане, а когда дело доходит до переговоров, японцы просят подождать пару дней. И потом довольно продолжительное время сообщают Вам о периодически возникающих затруднениях в информационном бизнесе. Как Вы поступите в этой ситуации? Аргументируйте Ваше мнение.

БИЛЕТ № 8

1. Выберите необходимые средства для осуществления информационного бизнеса:

- а) основные средства, оборотные средства, трудовые ресурсы, научно-информационные ресурсы;
- б) оборотные средства, трудовые ресурсы;
- в) начальный капитал, основные средства;
- г) начальный капитал, научно-информационные ресурсы.

2. Дайте характеристику методам исследования рынка ИКТ

Метод исследования рынка ИКТ	Преимущества	Недостатки
метод построения сценариев		
метод мозгового штурма		
метод Дельфи		
метод критических технологий		

3. Какова Ваша точка зрения? Обоснуйте свое мнение:

Точка зрения: «При наличии избыточной информации возникает проблема отбора информации, действительно представляющей интерес и важной для своевременного принятия эффективного управленческого решения ИКТ».

Точка зрения: «Чем более разнообразными являются источники информации и сама информация, поступающая в центр принятия решения, тем большей свободой располагает лицо, принимающее решение, и тем меньше связанный с решением риск».

БИЛЕТ № 9

1. Выбор рациональных ИКТ-решений и ИТ-решений для управления бизнесом.

2. Составьте блок-схему этапов оценки эффективности инвестиций в информационные технологии:

- применение метода совокупной стоимости владения,
- формирование команды экспертов,
- анализ бизнес-процессов компании,
- анализ рисков,
- сравнительная оценка эффективности проектов,
- определение решения.

3. Вы ведете переговоры по продажам ИКТ. Ваш партнер утверждает нечто, безусловно, ошибочное, с Вашей точки зрения, и неприемлемое для решения данной проблемы. Вам необходимо переубедить его. Составьте план аргументации.

Промежуточная аттестация
Комплект тестовых заданий для проведения зачета по дисциплине

АВТОНОМНАЯ НЕКОММЕРЧЕСКАЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ
ОРГАНИЗАЦИЯ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
ЦЕНТРОСОЮЗА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
«РОССИЙСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ КООПЕРАЦИИ»
КАЗАНСКИЙ КООПЕРАТИВНЫЙ ИНСТИТУТ (ФИЛИАЛ)

Направление подготовки: 38.03.05. Бизнес-информатика

Направленность: «Электронный бизнес»

Дисциплина: «Рынки информационных коммуникационных технологий и организация продаж»

Тестовые задания для проверки уровня обученности **ЗНАТЬ:**

1. Участниками информационного бизнеса могут быть:

а) работники информационной индустрии, осуществляющие трудовую деятельность по найму;

б) индивидуальные и коллективные потребители информационных продуктов и услуг;

в) государственные органы, учреждения и организации, выступающие в качестве участников сделок при выполнении правительственных заказов в сфере информатизации;

г) бизнесмены (предприниматели, коммерсанты), осуществляющие деятельность в сфере информатике под свою экономическую и юридическую ответственность;

д) все ответы верны.

2. Для осуществления информационного бизнеса нужны:

а) основные средства, оборотные средства, трудовые ресурсы, научно-информационные ресурсы;

б) оборотные средства, трудовые ресурсы;

в) начальный капитал, основные средства;

г) начальный капитал, научно-информационные ресурсы.

3. Вид маркетинга, характеризующийся производством и маркетингом нескольких продуктов с различными свойствами, предназначенных для всех покупателей, однако рассчитанные на разные вкусы – это:

а) массовый маркетинг;

б) целевой маркетинг;

в) продуктно-дифференцированный маркетинг;

г) правильных ответов нет.

4. Вид маркетинга, который используют при отрицательном спросе (1):

- а) стимулирующий маркетинг;
- б) конверсионный маркетинг;
- в) развивающий маркетинг;
- г) ремаркетинг.

5. Рыночная концепция управления созданием, производством и реализацией товаров, где в основе принятия управленческого решения лежит информация о рынке – получила название:

- а) распределительный маркетинг;
- б) управленческий маркетинг;
- в) функциональный маркетинг;
- г) правильных ответов нет.

6. Виртуальный маркетинг – это:

а) система знаний о предложении товара на рынке на основе информационных технологий, интегрирующих маркетинговую деятельность во внутренней и внешней среде предприятия;

б) любая деловая активность, использующая возможности глобальных информационных сетей для преобразования внутренних и внешних связей с целью получения прибыли;

в) преобразование основных бизнес-процессов при помощи Интернет-технологий;

г) любая форма деловой сделки, которая проводится при помощи информационных сетей.

7. Для осуществления информационного бизнеса нужны:

а) основные средства, оборотные средства, трудовые ресурсы, научно-информационные ресурсы;

б) оборотные средства, трудовые ресурсы;

в) начальный капитал, основные средства;

г) начальный капитал, научно-информационные ресурсы.

8. Безрисковые инвестиции в инновации это:

а) инвестиции с доходом, получаемым в случае неизменности внешнего окружения организации

б) инвестиции с доходом, получаемым инвестором при любых обстоятельствах (независимо от рыночной конъюнктуры, политической и экономической ситуации, других объективных и субъективных факторов

в) инвестиции с рентабельностью ниже расчетной

г) убыточные инвестиции, компенсируемые доходностью от прочих операций

д) убыточные инвестиции, компенсируемые займами и внешним финансированием

9. Бизнес-инвестиции (или капиталобразующие инвестиции) — это:

- а) вложение средств в предметы искусства
- б) вложение средств в реальные активы для производства товаров и оказания услуг с целью получения доходов
- в) долгосрочное вложение средств с целью сбережения денег
- г) любое вложение средств с целью получения дохода
- д) это приобретение активов в форме ценных бумаг в целях получения дохода для данного вида инвестиционного риска

10. В основе метода дерева решений при анализе рисков инновационного проекта лежит модель риска:

- а) динамическая модель, отражающая характеристики изменяемых факторов и их влияние на оцениваемые показатели
- б) имитационная модель реализации проекта, построенная по оценкам экспертов
- в) пространственно-ориентированный граф, отражающий последовательность принятия решений и условий их реализации, оценки промежуточных результатов с учетом их условной вероятности
- г) разработка оптимистического, пессимистического и наиболее вероятного сценария развития инновационного проекта
- д) формализованное описание неопределенности, используемое в наиболее сложных для прогнозирования инновационных проектах

11. Кредитный риск инвестора при реализации инновационного проекта состоит в:

- а) невыплате инноватором основного долга
- б) невыплате инноватором основного долга и процентов за предоставленный кредит, а также в несвоевременности платежей по кредитному договору
- в) невыплате инноватором процентов за предоставленный кредит
- г) несвоевременности платежей по кредитному договору
- д) прекращении финансирования инновационного проекта

12. Метод Монте-Карло при анализе рисков инновационного проекта применяется для:

- а) определения влияния рисковых ситуаций на окончательный результат проекта
- б) определения наиболее существенных рисков инновационного проекта
- в) разработки способов минимизации потерь
- г) упреждающего определения рисковых ситуаций
- д) формализованного описания неопределенности в наиболее сложных для прогнозирования инновационных проектах

13. Наиболее ожидаемый результат инновационного проекта, рассчитанный с учетом его рисков, определяется:

- а) как произведение среднего значения результатов инновации на среднюю вероятность получения этих результатов
- б) как произведение суммы возможных результатов на сумму вероятности получения этих результатов
- в) как среднее арифметическое всех возможных результатов
- г) как среднее геометрическое всех возможных результатов
- д) по формуле математического ожидания как сумма произведений возможных результатов на вероятность получения этих результатов

14. Участниками информационного бизнеса могут быть:

- а) работники информационной индустрии, осуществляющие трудовую деятельность по найму;
- б) индивидуальные и коллективные потребители информационных продуктов и услуг;
- в) государственные органы, учреждения и организации, выступающие в качестве участников сделок при выполнении правительственных заказов в сфере информатизации;
- г) бизнесмены (предприниматели, коммерсанты), осуществляющие деятельность в сфере информатике под свою экономическую и юридическую ответственность;
- д) все ответы верны.

15. В момент потребления информация:

- а) уничтожается;
- б) не уничтожается;
- в) теряет потребительские свойства;
- г) изнашивается физически.

16. Для средств вычислительной техники и средств связи практикуется:

- а) продажа в полную собственность по рыночной цене, лизинг, ипотека;
- б) разработка по индивидуальному заказу, лизинг, продажа в полную собственность, продажа с аукциона;
- в) обмен, разработка по индивидуальному заказу, сдача в аренду, лизинг;
- г) продажа в полную собственность по рыночной цене, сдача в аренду (целиком или в форме повременной оплаты), лизинг, разработка по индивидуальному заказу.

17. Производственные кооперативы относятся к:

- а) хозяйственным товариществам и обществам;
- б) хозяйственным обществам;
- в) самостоятельным организационно-правовым формам;

г) некоммерческим организациям.

18. Мировая базисная цена – это:

- а) расчетная цена;
- б) цена посреднического рынка;
- в) цена важнейших экспортеров или импортеров, а также цена основных центров мировой торговли;
- г) цена аукциона.

19. По роли в системе управления затраты подразделяются на:

- а) производственные и непроизводственные;
- б) затраты, включаемые в производственную себестоимость, и затраты периода;
- в) прямые и косвенные;
- г) единовременные и эксплуатационные.

20. Виды серверов присутствия в Интернете (2 варианта ответа):

- а) рекламные;
- б) предоставляющие;
- в) информирующие;
- г) правильных ответов нет.

Тестовые задания для проверки уровня обученности **УМЕТЬ, ВЛАДЕТЬ:**

1. Можно ли по внешнему виду узнать типичного ИТ-шника?

- а) да;
- б) нет;
- в) не знаю.

2. У вас создалось впечатление, что слова человека не соответствуют тем «сигналам», которые можно уловить из его мимики и жестов. Чему вы больше поверите?

- а) словам;
- б) «сигналам»;
- в) он вообще вызовет у вас подозрение.

3. Назовите ограничительный фактор метода Джонсона:

- а) использование компьютера.
- б) учет очередности заказов.
- в) выполнение заказов только с двумя последовательными работами.
- г) выполнение только заданного числа заказов.

4. Требование, удовлетворяющее метод Джонсона:

- а) для заказа необходимо выполнять более двух последовательных

работ.

- б) минимизировать затраты на выполнение работ.
- в) потребность в ресурсе не должна превышать заданной величины.
- г) минимизировать время выполнения процесса.

5. Можно ли контролировать свою мимику?

- а) да;
- б) нет;
- в) только отдельные ее элементы.

6. При интенсивном флирте вы «изъясняетесь» преимущественно:

- а) глазами;
- б) руками;
- в) словами.

7. Мужчина заговаривает с женщиной. Он это делает потому, что:

- а) первый шаг всегда делают именно мужчины;
- б) женщина неосознанно дает понять, что хотела бы, чтобы с ней заговорили;
- в) он достаточно мужественен для того, чтобы рискнуть получить от ворот поворот.

8. Считаете ли вы, что большинство наших жестов...

- а) «подсмотрены» у кого-то и заучены;
- б) передаются из поколения в поколение;
- в) заложены в нас от природы.

9. Если у человека борода, для вас это признак:

- а) мужественности;
- б) того, что человек хочет скрыть черты своего лица;
- в) того, что этот тип слишком ленив, чтобы бриться.

10. Многие люди утверждают, что правая и левая стороны лица у них отличаются друг от друга. Вы согласны с этим?

- а) да;
- б) нет;
- в) только у пожилых людей.

11. Количество вариантов очередности выполнения заказов равно:

- а) Количеством заказов
- б) Факториалу количества заказов.
- в) Квадрату числа заказов.
- г) Сумме арифметической прогрессии.

12. Метод Джонсона предназначен для изменения:

- а) Количества ожидаемых простоев.
- б) Технологии операций.
- в) Скорости выполнения каждой работы.
- г) Очередности выполнения заказов.

13. Применение метода Джонсона ограничено тем, что необходимо:

- а) Использовать компьютер.
- б) Учитывать очередность заказов.
- в) Выполнять заказы только с двумя последовательными работами.
- г) Выполнять заданное число заказов.

14. Какое из требований удовлетворяет метод Джонсона?

- а) Для заказа необходимо выполнять более двух последовательных работ.
- б) Минимизировать затраты на выполнение работ.
- в) Потребность в ресурсе не должна превышать заданной величины.
- г) Минимизировать время выполнения процесса.

15. Метод Джонсона не позволяет оптимизировать процесс:

- а) С более чем пятью заказами.
- б) По критерию минимума его продолжительности.
- в) С двумя работами по заказу.
- г) С параллельной работой бригады на двух заказах.

16. Заказчик непосредственно заинтересован:

- а) В увеличении прибыли у Подрядчика.
- б) В уменьшении длительности выполнения всех работ по заказам.
- в) В уменьшении простоев бригад.
- г) В увеличении запаса ресурса.

17. Подрядчик в первую очередь заинтересован:

- а) Минимизировать длительность выполнения всех работ по заказам.
- б) Максимизировать запас ресурсов.
- в) Минимизировать стоимость работ по контракту.
- г) Максимизировать свою возможную прибыль.

18. Эвристический метод позволяет найти вариант процесса:

- а) Наилучший из возможных.
- б) С минимальными общими затратами.
- в) С минимальной длительностью процесса.
- г) Лучший, чем исходный вариант.

19. Кого из двух актеров кинорежиссер взял бы, скорее всего, на роль героя динамичного, активного, подвижного, «шустрого»?

- а) актера очень высокого роста;
- б) актера ростом ниже среднего.

20. Почему у зрителей (у большинства) существует установка на связь роста человека с такой особенностью его психики, как подвижность?

- а) потому что эта связь отражает реальность;
- б) эта связь не имеет реального основания, но передается от поколения к поколению как какой-то миф;
- в) потому что они на собственном опыте чувствуют эту связь.

2.3. Критерии оценки для проведения зачета по дисциплине

После завершения тестирования на зачете на мониторе компьютера высвечивается результат – процент правильных ответов. Результат переводится в баллы и суммируется с текущими семестровыми баллами.

Максимальная сумма (100 баллов), набираемая студентом по дисциплине, предусматривающей в качестве формы промежуточной аттестации зачет, включают две составляющие.

Первая составляющая – оценка регулярности и своевременности качества выполнения студентом учебной работы по изучению дисциплины в течение семестра (сумма не более 80 баллов).

Вторая составляющая – оценка знаний студента на зачете (не более 20 баллов).

Перевод полученных итоговых баллов в оценки осуществляется по следующей шкале:

- с 55 до 100 баллов – «зачтено»;
- менее 55 баллов – «незачтено»;

Если студент при тестировании отвечает правильно менее, чем на 55 %, то автоматически выставляется оценка «незачтено» (без суммирования текущих рейтинговых баллов), а студенту назначается перезачет в дополнительную сессию.

2.4. Методические материалы, определяющие процедуру оценивания по дисциплине

Общая процедура оценивания определена Положением о фондах оценочных средств.

1. Процедура оценивания результатов освоения программы дисциплины включает в себя оценку уровня сформированности общекультурных и профессиональных компетенций студента, уровней обученности: «знать», «уметь», «владеть».

2. При сдаче зачета:

– профессиональные знания студента могут проверяться при ответе на теоретические вопросы, при выполнении тестовых заданий, практических работ;

– степень владения профессиональными умениями, уровень сформированности компетенций (элементов компетенций) – при решении ситуационных задач, выполнении практических работ и других заданий.

3. Результаты промежуточной аттестации фиксируются в баллах. Общее количество баллов складывается из следующего:

- до 60% от общей оценки за выполнение практических заданий,
- до 30% оценки за ответы на теоретические вопросы,
- до 10% оценки за ответы на дополнительные вопросы.

**АВТОНОМНАЯ НЕКОММЕРЧЕСКАЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ
ОРГАНИЗАЦИЯ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
ЦЕНТРОСОЮЗА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
«РОССИЙСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ КООПЕРАЦИИ»
КАЗАНСКИЙ КООПЕРАТИВНЫЙ ИНСТИТУТ (ФИЛИАЛ)**

**ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ
ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ И ТЕКУЩЕЙ АТТЕСТАЦИИ ПО
ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)**

**РЫНКИ ИНФОРМАЦИОННЫХ КОММУНИКАЦИОННЫХ
ТЕХНОЛОГИЙ И ОРГАНИЗАЦИЯ ПРОДАЖ**

Направление подготовки: 38.03.05 Бизнес-информатика
Направленность: «Электронный бизнес»

1. Материалы для текущего контроля

АВТОНОМНАЯ НЕКОММЕРЧЕСКАЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ
ОРГАНИЗАЦИЯ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
ЦЕНТРОСОЮЗА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
«РОССИЙСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ КООПЕРАЦИИ»
КАЗАНСКИЙ КООПЕРАТИВНЫЙ ИНСТИТУТ (ФИЛИАЛ)

Кейс-задача

по дисциплине «Рынки информационных коммуникационных технологий и организация продаж»

Задание: Кейс «Собеседование»

Елизавета Михайловна Зайцева – опытный аудитор. Ей 42 года. Она окончила два университета. В 1986 году она получила диплом финансиста, а в 1998 г. – диплом юриста. Главное место в ее жизни занимает работа. Уже 5 лет она работала в должности аудитора в аудиторской фирме «Альфа», в которую поступила вскоре после гибели ее мужа в автомобильной катастрофе.

Детей у нее не было, а с мужем были прекрасные отношения. Поэтому неожиданная потеря любимого человека стала для нее настоящей трагедией. Она осунулась, постарела. Жизнь утратила для нее смысл. Чтобы как-то отвлечься от мрачных мыслей она погрузилась в работу и преуспела на аудиторском поприще. С работой она успешно справлялась и была на хорошем счету у руководства фирмы. Чтобы как-то заполнить свободное время Елизавета Михайловна начала работу над кандидатской диссертацией и почти ее закончила. Однако в последнее время здоровье ее ухудшилось. Она пережила инфаркт. Ездить на работу в фирму «Альфа» становилось тяжело. Дорога на общественном транспорте занимала почти два часа в один конец, а за руль автомобиля она не могла заставить себя сесть после гибели мужа.

Пришлось искать работу поближе к дому. На днях она узнала о том, что буквально в двух километрах от ее дома открывается новая аудиторская фирма «Бета», которая набирает сотрудников. Елизавета Михайловна направила по факсу резюме в фирму «Бета» и получила приглашение на собеседование. В ночь перед собеседованием она плохо спала, продумывала различные варианты вопросов и возможные ответы на них.

Утром, одевшись в строгий черный костюм и безукоризненно чистую блузку, Елизавета Михайловна взяла с собой список собственных научных работ и направилась на собеседование. Она пешком дошла до фирмы «Бета» и точно в назначенный час постучала в дверь кабинета, в котором должно было проходить собеседование. Каково же было ее удивление, когда вместо коллег аудиторов перед ней предстала развязная девица в пестром свитере и

потрепанных джинсах с сигаретой в зубах.

«Входите», – бойко проговорила Марина, молодой психолог, осуществляющий отбор персонала в аудиторскую фирму «Бета» Марине 23 года, Она никогда не отличалась усидчивостью. Дискотеки, вечеринки и КВН занимали ее в студенческие годы куда больше, чем занятия в университете. Марина еле-еле «на тройки» окончила частный университет и получила диплом психолога. Спасибо, бойфренд Борис помог устроиться в фирму «Бета» к своему дяде – директору.

Однако при всех своих недостатках Марина обладала одним достоинством – она умела произвести впечатление, «пустить пыль в глаза». Она очень любила использовать проективные тесты. «Нарисуйте дерево» или «Дополните рисунки», – многозначительно говорила она. В ее распоряжении имелись также популярные психологические опросники: ММРІ, 16 факторный личностный опросник Кеттела, цветовой тест Люшера. Такие тесты хорошо известны специалистам, они валидны, надежны, информативны. Единственный их «недостаток» – они должны использоваться строго по назначению, т.е. в клинических условиях. В случае использования подобных тестов при отборе кандидатов или уже работающих сотрудников у кадровой службы может оказаться масса избыточной и ненужной для реального управления информации. Но все это мало интересовало Марину, главное – она выглядела «современным психологом».

Елизавета Михайловна растерялась, но Марина быстро овладела ситуацией. «Что здесь надо этой старой мымре», – подумала она, а вслух произнесла: «Покажите Ваше резюме».

Быстро просмотрев резюме и не глядя на собеседницу Марина задала первый вопрос:

- А почему это Вы собираетесь уходить из такой известной фирмы?

- Мне очень далеко ездить, – был ответ.

- А Вы что же, не знали, когда туда приходили, что Вам так далеко ездить? – не унималась Марина.

На этот вопрос Елизавета Михайловна, готовившаяся к беседе по профессиональным вопросам не нашла ответа.

- А зачем Вам второе высшее образование? – задала вопрос «по существу» Марина.

- а Вы – аудитор? – в свою очередь спросила Елизавета Михайловна.

- Нет, ответила Марина.

- Вот поэтому Вы мне и задаете этот вопрос. Аудиторы знают, зачем им нужно и юридическое образование. Позвольте мне поговорить с аудиторами вашей компании, – попросила Елизавета Михайловна.

- Ну, нарисуйте сначала неизвестное животное, – не сдавалась Марина и протянула Елизавете Михайловне бумагу и карандаш.

Елизавета Михайловна рассеяно оглянулась и с изумлением увидела, что над «неизвестным животным» уже «пыхтят» двое немолодых мужчин в дальнем углу комнаты.

- А в мешках вам попрыгать не нужно? – спросила Елизавета

Михайловна и вышла из комнаты.

Вопросы для анализа ситуации

1. Почему не получилось собеседование?
2. Как можно охарактеризовать героинь?
3. Какие ошибки в процессе общения допустила Марина?

Краткие рекомендации к выполнению:

Внимательно прочитайте текст и ответьте на поставленные вопросы.

Требования к содержанию письменного ответа:

- 1) необходимо аргументировано объяснить причины неэффективных коммуникаций;
- 2) выявить и проанализировать возникшие коммуникативные барьеры;
- 3) дать рекомендации по представленной ситуации.

Требования к оформлению: Работа оформляется на листе А4, пишется Ф.И.О., номер группы.

Критерии оценки:

- оценка «зачтено» выставляется студенту, если даны полные, исчерпывающие ответы на все поставленные вопросы или если дан неверный ответ на один из поставленных вопросов;

- оценка «не зачтено» выставляется студенту, если даны неверные ответы на два из поставленных вопросов или если все приведенные ответы являются неправильными.

АВТНОМНАЯ НЕКОММЕРЧЕСКАЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ
ОРГАНИЗАЦИЯ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
ЦЕНТРОСОЮЗА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
«РОССИЙСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ КООПЕРАЦИИ»
КАЗАНСКИЙ КООПЕРАТИВНЫЙ ИНСТИТУТ (ФИЛИАЛ)

Вопросы для коллоквиумов, собеседования

по дисциплине «Рынки информационных коммуникационных технологий и
организация продаж»

Тема 2. Информационный продукт и информационная услуга

1. Особенности, виды и основные характеристики информационного продукта.
2. Современные технологии создания информационного продукта.
3. Проектирование информационных модулей.
4. Аналитико-синтетические способы обработки информации.
5. Информационная услуга: понятие, специфика предоставления.
6. Классификация информационных услуг.

Тема 5. Структура отрасли ИКТ

1. Рынок ИКТ.
2. Этапы развития отечественного рынка ИКТ.
3. Структура отрасли ИКТ.
4. Сравнительная оценка конкурентоспособности информационных продуктов и услуг.
5. Особенности этики информационного бизнеса иностранных партнеров.
6. Правовые и нравственно-этические нормы в сфере информационного бизнеса.

Тема 6. Исследования рынка ИКТ

1. Методика исследования отечественного рынка ИКТ.
2. Методы поиска, обработки и представления данных о рынке ИКТ.
3. Анализ поставщиков товаров и услуг.
4. Разработка и внедрение отраслевых информационных систем.
5. Виды услуг на основе отраслевых информационных систем.
6. Мировой и российский рынок системной интеграции бизнес- и ИТ-консалтинга.
7. Рынок горизонтальных бизнес-приложений.
8. Рынок вертикальных бизнес-приложений.

Особенности проведения (при необходимости)

Критерии оценки:

- оценка «отлично» выставляется студенту, если он показал высокий уровень сформированности компетенции, верно и в полном объеме показал глубокие исчерпывающие знания всего программного материала по дисциплине, понимание сущности проблемы; дал логически последовательные, содержательные, полные правильные и конкретные ответы на все вопросы экзаменационного билета, дополнительные вопросы; использовал в необходимой мере в ответах на вопросы материалы всей рекомендуемой литературы.

- оценка «хорошо» выставляется студенту, если он показал средний уровень сформированности компетенции, с незначительными замечаниями показал твердые и достаточно полные знания всего программного материала по дисциплине. Дал последовательные, правильные, конкретные ответы на поставленные вопросы при свободном устранении замечаний по отдельным вопросам.

- оценка «удовлетворительно» выставляется студенту, если он показал низкий уровень сформированности компетенции, на базовом уровне с ошибками показал знание и понимание предмета; дал правильные и конкретные, без грубых ошибок ответы на поставленные вопросы при устранении неточностей и несущественных ошибок в освещении отдельных положений при наводящих вопросах экзаменатора; при наличии ошибок в чтении и изображении схем процессов; при ответах на вопросы основная рекомендованная литература использована недостаточно.

- оценка «неудовлетворительно» выставляется студенту, если он показал недостаточный уровень сформированности компетенции, дал неправильный ответ хотя бы на один из основных вопросов, сделал большое количество ошибок в ответе, не понимает сущности излагаемых вопросов; дает неуверенные и неточные ответы на дополнительные вопросы.

- оценка «зачтено» выставляется студенту, если даны полные, исчерпывающие ответы на все поставленные вопросы или если дан неверный ответ на один из поставленных вопросов;

- оценка «не зачтено» выставляется студенту, если даны неверные ответы на два из поставленных вопросов или если все приведенные ответы являются неправильными.

АВТОНОМНАЯ НЕКОММЕРЧЕСКАЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ
ОРГАНИЗАЦИЯ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
ЦЕНТРОСОЮЗА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
«РОССИЙСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ КООПЕРАЦИИ»
КАЗАНСКИЙ КООПЕРАТИВНЫЙ ИНСТИТУТ (ФИЛИАЛ)

**Перечень дискуссионных тем для круглого стола (дискуссии, полемики,
диспута)**

по дисциплине «Рынки информационных коммуникационных технологий и
организация продаж»

**Тема круглого стола: «Национальные особенности восприятия и
получения информации»**

Вопросы для обсуждения:

1. Особенности восприятия и получения информации на Западе
2. Особенности восприятия и получения информации на Востоке
3. Особенности восприятия и получения информации в России
4. Культуры с низким и высоким уровнем контекста.

Рекомендации по проведению круглого стола:

Принято различать культуры, в которых информация воспринимается практически без учета возможного скрытого смысла. Это так называемые культуры с низким уровнем контекста. К ним относятся, например, американская и немецкая. В других культурах, в частности персидской, французской, японской, значение контекста очень велико. Порой скрытый в словах смысл способен менять сказанное на прямо противоположное.

Американцы

- при решении проблемы стремятся обсудить не только общие подходы, но и детали, связанные с реализацией договоренностей.
- Они ценят открытость и честность, быстро переходят к сути дела, не тратя времени на формальности. Не любят перерывов в беседе, ценят в людях пунктуальность, всегда вовремя приходят на назначенную встречу и считают, что опоздания недопустимы и не могут быть ничем оправданы.
- Нередко проявляют эгоцентризм, полагая, что партнер непременно должен руководствоваться теми же правилами, что и они сами.
- Американцы умеют и любят торговаться, уделяя немалое внимание увязке разнообразных вопросов - так называемым пакетным решениям. Часто сами предлагают "пакеты" к рассмотрению.
- Их не пугает риск, их пугает некомпетентность партнера.

Англичане

- не уделяют особого внимания тщательной подготовке переговорного процесса.
- Подходят к любой проблеме с прагматизмом, полагая, что в зависимости от позиции партнера непосредственно в ходе переговоров можно будет найти оптимальное решение. При этом они достаточно благосклонно встречают инициативу другой стороны.
- Абсолютно непоколебимы во всем, что касается соблюдения принятых правил, а тем более законов.
- У них высоко развито чувство справедливости, поэтому при ведении дел они исповедуют веру в честную игру.
- сдержанны в суждениях, избегают категорических утверждений, старательно обходит в разговоре любые личностные моменты, то есть все то, что может быть 'расценено как в чужую частную жизнь.
- умение терпеливо выслушивать партнера далеко не всегда означает согласие. Просто они считают самообладание главнейшим достоинством человеческого характера. С английскими партнерами никогда не нужно бояться молчать. Скорее наоборот, многословием, лишними разговорами можно только повредить делу.
- Пунктуальность в Великобритании - жесткое правило.

Ирландцы считаются самыми трудными переговорщиками во всей Западной Европе. В силу определенных исторических причин у них выработалась особая модель поведения по отношению к иностранцам - делать так, чтобы во второй раз не обращались.

- Скрытность, необязательность, недоверие, стремление утаить любую информацию, неприязнь к "чужакам" делают общение поначалу просто невозможным. Кстати, они прекрасно знают свои недостатки, говорят о них с улыбкой и даже немного гордятся ими.
- С ирландцами действительно трудно иметь дело, но только сначала, если все сказанное ими принимать за чистую монету.

Мы в деловом отношении чем-то схожи, поэтому нам работать с ними проще, чем всем остальным.

Испанцы

- искренны, сердечны, открыты, обладают чувством юмора и способностью работать в команде.
- Переговоры с испанскими предпринимателями обычно протекают менее динамично, чем с американскими или корейскими. Они большие любители вести многословные дискуссии, поэтому регламент переговоров очень часто не соблюдается.
- Сиеста - для них святое время, поэтому на этот час никакие встречи не назначаются и никакие переговоры не ведутся.
- встречают незнакомого человека по одежке; ими будет оценен по достоинству безупречный внешний вид партнера по переговорам:

классический костюм, белая рубашка, соответствующий галстук, темные носки и начищенная обувь.

- в Испании не принято приглашать деловых партнеров домой.

Немцы

- предпочитают начинать переговоры, если они твердо уверены в том, что придут к какому-то соглашению с партнером.

- очень ценят пунктуальность, известны своим педантизмом, поэтому, ведя с ними переговоры, необходимо строго придерживаться протокола. Свою позицию они прорабатывают тщательно, предпочитая обсуждать вопросы последовательно: закончив с одним, едва ли согласятся перейти к следующему.

- ценят честность и прямоту. Очень любят приводить факты и примеры. Неравнодушны к цифрам, к схемам, к диаграммам.

- Во время переговоров с ними надо быть логичным в аргументации и точным в изложении фактов.

- При заключении сделок они будут настаивать на жестком выполнении принятых обязательств, а также уплате высоких штрафов в случае их невыполнения.

- Желательно учитывать приверженность немцев к титулам. Для этого нужно еще до начала переговоров уточнить все титулы деловых партнеров.

- Деловые связи с немецкими фирмами можно установить путем обмена письмами с предложениями о сотрудничестве.

Французы

- в отличие от американцев, стараются избегать официальных обсуждений любых вопросов один на один.

- Любят досконально изучать все аспекты и последствия поступающих предложений, поэтому переговоры с ними проходят в значительно более медленном темпе. Любые попытки ускорить переговоры может лишь навредить делу.

- Французские партнеры могут перебивать собеседника, чтобы высказать критические замечания или контраргументы, но они не склонны к торгу.

- Не любят сталкиваться в ходе переговоров с неожиданными изменениями в позициях партнеров, поэтому большое значение придают достижению предварительных договоренностей.

- Деловые переговоры французы любят начинать в 11.00 часов утра, но не отличаются точностью и не всегда пунктуальны.

- подписанные контракты - предельно корректны и не допускают разночтений.

- Французы негативно относятся к компромиссам

- Многие важные решения принимаются на деловых приемах. О делах с французами принято говорить только после того, как подадут кофе. Они не любят с ходу обсуждать вопрос, который их интересует больше всего. К нему подходят постепенно, после долгого разговора на нейтральные темы и как бы

вскользь.

Поддерживать деловые отношения с французами далеко не просто.

Шведы

- аккуратны, пунктуальны, порядочны и надежны во всех отношениях.
- Как правило, владеют несколькими европейскими языками.
- Любят планировать дела заранее, поэтому о встречах лучше договариваться заблаговременно. Шведские бизнесмены предпочитают знать состав участников переговоров.
- Они предварительно и всесторонне изучают полученные предложения и любят рассматривать все вопросы в мельчайших деталях.
- В партнерах особенно ценят профессионализм.

Китайцы

- во время деловых встреч очень внимательны к двум вещам: сбору информации, касающейся предмета переговоров, и созданию "духа дружбы". Его они, по сути, отождествляют просто с хорошими личными отношениями партнеров по переговорам.

- Китайцы склонны четко разграничивать отдельные этапы деловых встреч: первоначальное уточнение позиций, их обсуждение и заключительную стадию переговоров.

- На переговорах с ними вряд ли стоит ожидать, что они первыми "раскроют карты" - определенно выскажут свою точку зрения, внесут конкретные предложения и т.п. Если переговоры проходят в Китае (кстати, китайцы любят проводить их у себя на родине, более того, в своем доме), они могут сослаться на то, что согласно их традициям "гость говорит первым". Обыкновенно они делают уступки лишь под самый конец встречи. Причем происходит это в тот момент, когда кажется, что переговоры зашли в тупик.

- Окончательно китайцы приходят к соглашению с партнером не за столом переговоров, а у себя дома. При этом не следует исключать, что они в самый последний момент постараются внести в уже парафированные договоренности выгодные для себя поправки и оговорки.

- китайцы - большие любители затягивать переговоры и по времени этот процесс может длиться от нескольких дней до нескольких месяцев.

- Во время приветствия в Китае принято обмениваться рукопожатиями.

Японцы

- трудолюбивы, привержены традициям, дисциплинированы, вежливы и аккуратны.

- С детства воспитываются в духе "групповой солидарности", учатся подавлять свои индивидуалистические порывы, сдерживать амбиции, не выпячивать свои сильные качества. Японская мораль считает узы взаимной зависимости основой отношений между людьми. Поэтому японские предприниматели привыкли судить о партнере прежде всего по его принадлежности к той или иной группе или группировке.

- Японцы отличаются пунктуальностью и практически никогда не опаздывают на встречу. Они чрезвычайно щепетильны и очень ответственно относятся к принимаемым на себя обязательствам.

- Предварительные переговоры рассматривают как обязательный шаг и не склонны делать его, не получив о партнере и его предложениях исчерпывающей информации.

- Терпение в Японии считается одной из главных добродетелей, поэтому обсуждение деловых вопросов часто начинается с второстепенных деталей, и идет оно очень и очень неспешно.

- японцы стараются не вступать в открытую конфронтацию собеседником. Если они хотят сказать "нет", то, скорее всего, скажут, что это «трудно». Чтобы не огорчать партнера однозначным отрицательным ответом, они могут сослаться на ранее данные обещания, плохое самочувствие и т.п.

- Когда японцы встречаются с очевидной уступкой со стороны партнеров, они часто отвечают тем же.

- Их мораль разделяет поступки не на хорошие и плохие, а на подобающие моменту и неподобающие ему, поэтому японцы полагают само собой разумеющимся, что соглашение с партнером имеет силу лишь до тех пор, пока сохраняются условия, в которых оно было достигнуто.

- Японцы не любят рисковать, и стремление не проиграть может оказаться у них сильнее, чем желание выиграть.

- В ходе переговоров с японскими бизнесменами трудно обойтись без вынужденных пауз и молчания. Эта ситуация абсолютно нормальна - после обоюдного молчания разговор, как правило, становится только более содержательным и плодотворным.

- Имея дело с японцами, необходимо учитывать, что большинство действующих на национальном рынке средних и мелких фирм ведут переписку лишь на родном языке, поэтому контакты с ними требуют переводчика.

- Рукопожатие в Японии не принято.

Арабы стараются установить на переговорах атмосферу взаимного доверия.

- При первом знакомстве обязательно выкажут партнеру радушие и любезность. Это не притворство, а дань традиции. Последующая беседа может проходить гораздо менее гладко.

- В их характере - избегать определенности, однозначных "да" и "нет". Вместо этого говорят: "Иншалла" или "Машала" ("Дай Бог" или "Не дай Бог").

- В их традициях время от времени спрашивать о Вашем здоровье, здоровье Ваших близких, о Ваших делах. Но это не означает, что Вы должны подробно отвечать на эти вопросы.

- Арабы предпочитают "торг" за столом переговоров всем иным формам взаимодействия с деловым партнером. Всегда стараются оставить за собой возможность продолжить контакты, если становится очевидным, что на этот раз соглашения достигнуть не удастся. При этом отказ от сделки сопровождается расточением похвал в адрес партнера и отвергнутого

соглашения.

- Во время переговоров хозяева угощают гостей кофе, но если перед кофе предлагают прохладительные напитки, это означает, что время, отведенное для встречи, подходит к концу.

- На Ближнем и Среднем Востоке никогда не передавайте документы, визитные карточки, сувениры левой рукой - в исламских странах она считается "нечистой" и пользуется дурной славой

Критерии оценки:

- оценка «зачтено» выставляется студенту, если он активно участвовал в проведении круглого стола, либо в роли активного участника, либо в роли оппонента;

- оценка «не зачтено» ставится студенту в случае отказа от участия в работе круглого стола.

АВТОНОМНАЯ НЕКОММЕРЧЕСКАЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ
ОРГАНИЗАЦИЯ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
ЦЕНТРОСОЮЗА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
«РОССИЙСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ КООПЕРАЦИИ»
КАЗАНСКИЙ КООПЕРАТИВНЫЙ ИНСТИТУТ (ФИЛИАЛ)

Темы творческих заданий

по дисциплине «Рынки информационных коммуникационных технологий и организация продаж»

Групповые творческие задания (проекты):

1. Проанализируйте представленные ситуации, определите стиль коммуникации в каждой ситуации, проведите обсуждение предлагаемых вариантов в парах, выберите наиболее конструктивные приемы решения.

Ситуация 1. Подчиненный вам работник, талантливый специалист творческого типа, в возрасте, обладает статусом и личностными достижениями, пользуется большой популярностью у деловых партнеров, решает любые проблемы и великолепно взаимодействует. Вместе с тем, у вас не сложились отношения с этим работником. Он не воспринимает вас как руководителя, ведет себя достаточно самоуверенно и амбициозно. В его работе вы нашли некоторые недочеты и решили высказать ему критические замечания, однако ваш предыдущий опыт свидетельствует о его негативной реакции на критику: он становится раздражительным и настороженным. Как вести себя?

Ситуация 2. Вслед за кратким выговором вы сказали работнику несколько приятных слов. Наблюдая за партнером вы заметили, что его лицо, поначалу несколько напряженное, быстро повеселело. К тому же он начал как всегда шутить и балагурить, рассказал пару свежих анекдотов и историю, которая сегодня произошла у него в доме. В конце разговора вы поняли, что критика, с которой вы начали разговор, не только не была воспринята, но и как бы забыта. Вероятно, он услышал только приятную часть разговора. Что вы предпримете?

Ситуация 3. Всякий раз, когда вы ведете серьезный разговор с одной из ваших подчиненных, критикуете ее работу и спрашиваете, почему она так поступает, она отделяется молчанием. Вам это неприятно, вы не знаете толком, с чем связано ее молчание, воспринимает она критику или нет, вы расстраиваетесь и злитесь. Что можно предпринять, чтобы изменить ситуацию?

Ситуация 4. Вы критикуете одну свою служащую, она реагирует очень эмоционально. Вам приходится каждый раз свертывать беседу и не доводить разговор до конца. Вот и сейчас, после ваших замечаний – она расплакалась. Как добиться того, чтобы довести до нее свои соображения?

Ситуация 5. У вас есть несколько подчиненных, которые совершают немотивированные действия. Вы видите их постоянно вместе, при этом вам кажется, что вы знаете, кто у них неформальный лидер. Вам нужно заставить их хорошо работать, а не устраивать «тусовки» прямо на рабочем месте. Вы не знаете, какой интерес их объединяет. Что вы предпримете для изменения ситуации и улучшения работы?

Ситуация 6. Вы приняли на работу молодого способного специалиста, только окончившего престижный институт. Он отлично справляется с работой. Уже закончил несколько проектов, и клиенты им очень довольны. Вместе с тем он резок и заносчив в общении с другими работниками, особенно с обслуживающим персоналом. Вы каждый день получаете такого рода сигналы, а сегодня поступило письменное заявление по поводу его грубости. Какие замечания и каким образом необходимо сделать молодому специалисту, чтобы изменить его стиль общения в коллективе?

Ситуация 7. Во время делового взаимодействия с вами ваш сотрудник «вышел из себя», не принимая ваших замечаний по поводу очередного рекламного проекта. Вы не можете позволить подчиненному так себя вести. Ведь это подрывает ваш авторитет. Что вы предпримете?

Ситуация 8. Ваш заместитель, очень опытный специалист, он действительно знает работу как «свои пять пальцев», практически он незаменим, когда он рядом, вы уверены, что все будет хорошо. Однако вы знаете, что он бесчувственный человек и никакие «человеческие» проблемы его не интересуют. От этого в коллективе последнее время стало тревожно, некоторые коллеги собираются подать заявление об уходе, так как он их обидел. Вы пытались в неформальной беседе с ним это обсудить, но он даже не понимает, о чем вы говорите, его интересует только план и прибыль. Как нужно воздействовать на своего заместителя, чтобы изменить стиль его взаимодействия с персоналом? Что вы предпримете?

Индивидуальные творческие задания (доклады):

1. Особенности информационных и коммуникационных технологий как товара.
2. Основные этапы развития рынка ИКТ.
3. Конкуренция на рынке ИКТ.
4. Стратегия развития фирм на рынке ИКТ.
5. Перспективы развития рынка ИКТ.
6. Перспективы развития рынка аппаратных средств.
7. Перспективы развития рынка программного обеспечения.
8. Перспективы развития рынка компьютерных услуг.
9. Аналитические компании на рынке ИКТ.
10. Методики проведения анализа рынка ИКТ.
11. Понятие и значение маркетинга в деятельности фирм на рынке ИКТ.
12. Маркетинговые исследования рынка ИКТ.
13. Источники информации о рынке ИКТ.

14. Формирование цен на рынке ИКТ.
15. Стратегии компаний в дополнительном привлечении клиентов на рынке ИКТ.
16. Лицензирование продукции на рынке ИКТ.
17. Системы продвижения товаров на рынке ИКТ.
18. Рынок горизонтальных бизнес-приложений.
19. Рынок вертикальных бизнес-приложений.
20. Рынок ИТ-консалтинга.
21. Рынок ИТ-аутсорсинга.
22. Роль ИКТ в повышении международной конкурентоспособности.
23. ИКТ как инструмент конкурентоспособности компаний и государственных органов.
24. Проблемы безопасности рынка ИКТ в России.
25. Экономическая составляющая информационной безопасности развития рынка ИКТ
26. Российский рынок труда ИТ-специалистов.
27. Мировой рынок труда ИТ-специалистов.
28. Формирование и развитие потребности у клиентов в ИТ-отрасли.
29. Особенности активного привлечения клиентов в ИТ-отрасли.
30. Инструменты и методы управления отделом продаж в ИТ-компаниях.

Особенности выполнения заданий:

Групповое творческое задание предполагает устное обсуждение студентами предлагаемых вариантов в парах или тройках. Далее проходит устная презентация выполненного задания.

Индивидуальные творческие задания (доклады) проводятся в форме защиты презентации.

Критерии оценки:

№ п/п	Оцениваемые параметры	Оценка в баллах
1.	Качество доклада: - производит выдающееся впечатление, четко выстроен, рассказывается, объясняется суть работы; - рассказывается, но не объясняется суть работы; - зачитывается.	5 3-4 1-2
2.	Использование демонстрационного материала: - автор представил демонстрационный материал и прекрасно в нем ориентировался; - использовался в докладе, хорошо оформлен, но есть неточности; - представленный демонстрационный материал не использовался докладчиком или был оформлен плохо, неграмотно.	5 3-4 1-2
3.	Качество ответов на вопросы: - отвечает на вопросы; - не может ответить на большинство вопросов; - не может четко ответить на вопросы.	5 3-4 1-2
4.	Владение научным и специальным аппаратом:	

№ п/п	Оцениваемые параметры	Оценка в баллах
	<ul style="list-style-type: none"> - показано владение специальным аппаратом; - использованы общенаучные и специальные термины; - показано владение базовым аппаратом. 	<p style="text-align: center;">5</p> <p style="text-align: center;">3-4</p> <p style="text-align: center;">1-2</p>
5.	<p>Четкость выводов:</p> <ul style="list-style-type: none"> - полностью характеризуют работу; - нечетки; - имеются, но не доказаны. 	<p style="text-align: center;">5</p> <p style="text-align: center;">3-4</p> <p style="text-align: center;">1-2</p>
		В среднем 5 - 1

АВТОНОМНАЯ НЕКОММЕРЧЕСКАЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ
ОРГАНИЗАЦИЯ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
ЦЕНТРОСОЮЗА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
«РОССИЙСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ КООПЕРАЦИИ»
КАЗАНСКИЙ КООПЕРАТИВНЫЙ ИНСТИТУТ (ФИЛИАЛ)

Комплект разноуровневых задач

по дисциплине «Рынки информационных коммуникационных технологий и
организация продаж»

А. ЗАДАЧИ РЕПРОДУКТИВНОГО УРОВНЯ

Задача 1. «Идеальный кандидат на должность»

Выберите из группы 2 человека. Каждый из Вас претендует на должность директора по продажам ИКТ. Необходимо дать оценку качеств в баллах (по пятибалльной системе) каждому из претендентов на должность, выбрать из претендентов лучшего, определить средний балл по каждому из претендентов. Перенесите в тетрадь и заполните лист оценки деловых и личностных качеств (таблица 2).

Лист оценки деловых и личных качеств

№	Оцениваемые качества	Баллы		
		А	Б	В
1	2	А	Б	В
1	Принципиальность	4	5	5
2	Чувство долга			
3	Принципиальный подход к делу			
4	Предприимчивость			
5	Воля			
6	Настойчивость			
7	Способность доводить дело до конца			
8	Требовательность к себе			
9	Требовательность к подчиненным			
10	Чувство ответственности			
11	Производительность труда			
12	Качество труда			
13	Решительность			
14	Энергичность			
15	Трудолюбие			
16	Способность создать сплоченный коллектив			
17	Добросовестность			
18	Дисциплинированность			
19	Способность поддерживать высокую дисциплину в коллективе			
20	Самостоятельность в принятии решения			
21	Забота о людях			

22	Инициатива			
23	Новаторство			
24	Опыт работы			
25	Знания в области техники и технологии			
26	Знания в области экономики			
27	Знания в области организации и управления			
28	Знания в области психологии			
29	Знания в области социологии			
30	Знания в области педагогики			
31	Конкретные знания в области выполняемой работы			
32	Общее образование			
33	Культурный уровень			
34	Отношение к повышению своей деловой квалификации			
35	Отношение к повышению квалификации подчиненных			
36	Здоровье			
37	Работоспособность			
38	Чувство собственного достоинства			
39	Справедливость			
40	Честность			
41	Самообладание и выдержка			
42	Способность находить выход из затруднительных положений			
43	Коммуникабельность			
44	Моральная устойчивость			
45	Скромность			
46	Чувство юмора			
47	Авторитет как специалиста			
48	Авторитет как руководителя			
49	Авторитет как воспитателя			
50	Авторитет как человека			

Задача 2.

Методы исследования рынка ИКТ.

Дайте характеристику методам исследования рынка ИКТ, проанализируйте их преимущества и недостатки (заполните таблицу). Приведите пример оптимального метода, аргументируйте свой выбор.

Метод исследования рынка ИКТ	Преимущества	Недостатки
Метод построения сценариев		
Метод мозгового штурма		
Метод Дельфи		
Метод критических технологий		
Метод сканирования среды.		
Метод технологических дорожных карт.		

Метод исследования рынка ИКТ	Преимущества	Недостатки
Метод имитационного моделирования.		
Многофакторный анализ.		
Анализ взаимовлияния факторов.		

В. ЗАДАЧИ РЕКОНСТРУКТИВНОГО УРОВНЯ

Задача 1

Вы начальник отдела информационной безопасности. В какой последовательности Вы будете проводить беседу с вновь принятым сотрудником:

- познакомлю с сотрудниками отдела и обстановкой внутри коллектива;
- расскажу о специфике работы;
- поздравлю с первым рабочим днем;
- подробно изложу требования к работнику.

Задание:

Прокомментируйте Ваши действия.

Задача 2.

Какие из перечисленных проблем могут быть главными в разочаровании молодого маркетолога:

- ожидал быстрых результатов, а их нет;
- мой руководитель не замечает моих успехов;
- мои знания, полученные в институте, остаются невостребованными;
- в коллективе отсутствует взаимопонимание и поддержка;
- мой руководитель не ставит четких целей.

Задание:

Предложите конструктивный выход из каждой ситуации.

Задача 3.

В торговой компании, занятой продажей ЭВМ, где вся информация об оплате труда относилась к конфиденциальной, особая неудовлетворенность оплатой существовала в экономических подразделениях. При частой ротации с управленческими должностями различия в оплате становились известными и сравнение, которое могли делать экономисты, было не в их пользу.

Таким образом, конфиденциальность имела лишь негативный результат. Вместе с тем высказывалось, что переход к открытой форме сопровождается потерей чувствительности и «усреднением» вознаграждения.

Оцените сложившуюся ситуацию и обоснуйте свою точку зрения на данный вопрос.

С. ЗАДАЧИ ТВОРЧЕСКОГО УРОВНЯ

Задача 1

В управлении проектами всегда просматривается связь между возникшей неординарной ситуацией и причинами, ее породившими. Хороший проект-менеджер изучит сложившуюся ситуацию с тем, чтобы понять причины и предотвратить ее повторение.

Выберите для каждой из перечисленных ниже ситуаций три причины, которые могли бы к ней привести. Обоснуйте свой выбор.

Ситуации:

- а) Несвоевременное завершение работ.
- б) Перерасход затрат.
- в) Отклонение от стандартов качества.
- г) Текучесть управленческих кадров.
- д) Текучесть кадров команды проекта.
- е) Два функциональных подразделения дублируют друг друга в работе по проекту.

Причины:

- а) Руководство не видит перспективы у данного проекта.
- б) Слишком много проектов ведется в одно и то же время.
- в) Нереальный график.
- г) Никто конкретно не отвечает за проект в целом.
- д) Недостаточный контроль за изменениями со стороны заказчика.
- е) Ошибочное назначение на роль проект-менеджера.
- ж) Планирование и контроль не взаимосвязаны.
- з) Ресурсы компании перегружены.
- и) Нереальное планирование.
- к) Неверно подсчитаны затраты на проект.
- л) Неудачно расставлены приоритеты проекта.

Задача 2.

В организацию пришел новый руководитель. Он произвел ряд изменений.

Во-первых, преобразовал систему управления, сделав ее более гибкой и приспособленной к организации, сократив при этом ее численность и количество структурных подразделений.

Во-вторых, ввел новую систему разделения труда, четко определив функции каждого подразделения и сотрудника.

В-третьих, построил на новых, более творческих и инициативных началах работу.

В-четвертых, поставил оплату труда в строгую зависимость от работы каждого и всего коллектива в целом.

В-пятых, четко определил цели всей организации, каждого подразделения и сотрудника. В результате производительность труда резко возросла.

Какой организационный эффект сработал в этом случае?
Опишите его составляющие.

Задача 3.

Всмотритесь в изображение лиц (рисунок 1) и по некоторым деталям постарайтесь определить эмоциональное состояние в каждом из шести случаев. Объясните, по каким признакам вы это сделали.

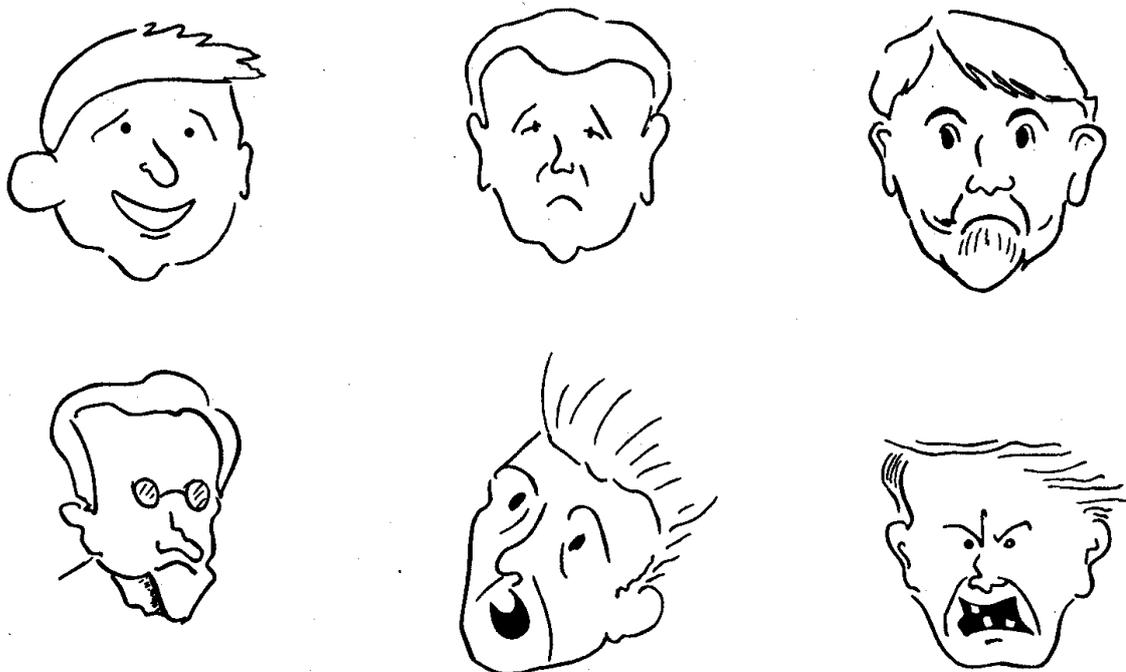


Рисунок 1- Эмоциональное состояние человека

Критерии оценки:

- оценка «отлично» выставляется студенту, если он показал высокий уровень сформированности компетенции, верно и в полном объеме показал глубокие исчерпывающие знания всего программного материала по дисциплине, понимание сущности проблемы; дал логически последовательные, содержательные, полные правильные и конкретные ответы на все вопросы.

- оценка «хорошо» выставляется студенту, если он показал средний уровень сформированности компетенции, с незначительными замечаниями показал твердые и достаточно полные знания всего программного материала по дисциплине, правильное понимание сущности проблемы. Дал последовательные, правильные, конкретные ответы на поставленные вопросы при свободном устранении замечаний по отдельным вопросам.

- оценка «удовлетворительно» выставляется студенту, если он показал низкий уровень сформированности компетенции, на базовом уровне с ошибками показал знание и понимание сущности проблемы; дал правильные

и конкретные, без грубых ошибок ответы на поставленные вопросы.

- оценка «неудовлетворительно» выставляется студенту, если он показал недостаточный уровень сформированности компетенции, дал неправильный ответ хотя бы на один из основных вопросов, сделал большое количество ошибок в ответе, не понимает сущности излагаемых вопросов; дает неуверенные и неточные ответы на дополнительные вопросы.

АВТНОМНАЯ НЕКОММЕРЧЕСКАЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ
ОРГАНИЗАЦИЯ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
ЦЕНТРОСОЮЗА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
«РОССИЙСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ КООПЕРАЦИИ»
КАЗАНСКИЙ КООПЕРАТИВНЫЙ ИНСТИТУТ (ФИЛИАЛ)

Темы докладов

по дисциплине «Рынки информационных коммуникационных технологий и
организация продаж»

1. Этапы развития информационно-коммуникационных технологий.
2. Тенденции развития информационно-коммуникационных технологий.
3. Структура рынка информационно-коммуникационных технологий.
4. Общемировые тенденции развития рынка информационно-коммуникационных технологий.
5. Текущее состояние рынка информационно-коммуникационных технологий в России.
6. Барьеры, препятствующие развитию рынка информационно-коммуникационных технологий.
7. Основные направления обеспечения государственной поддержки развития рынка информационно-коммуникационных технологий.
8. Методическое обеспечение маркетинговых исследований рынка информационно-коммуникационных технологий.
9. Методика проведения маркетинговых исследований рынка информационно-коммуникационных технологий.
10. Оптимизация системы маркетинговых исследований сферы информационного бизнеса с позиций совершенствования коммерческой деятельности фирмы.
11. Механизм оценки и прогнозирования развития рынка ИТ-услуг.
12. Цены на рынке информационно-коммуникационных технологий и их разновидности.
13. Политика ценообразования на рынке информационно-коммуникационных технологий.
14. Факторы, влияющие на формирование уровня цен на информационные продукты и услуги.
15. Методов ценообразование на информационном рынке.
16. Стратегии поведения предприятий на рынке информационно-коммуникационных технологий.
17. Структура и факторы международной конкурентоспособности.
18. Индекс глобальной конкурентоспособности.
19. Оценка международной конкурентоспособности информационно-коммуникационных технологий.

20. Индексы сетевой готовности и конкурентоспособности в области ИТ.
21. Информационно-коммуникационные технологии как инструмент конкурентоспособности компаний и государственных органов.
22. Проблемы безопасности рынка информационно-коммуникационных технологий в России.
23. Экономическая составляющая информационной безопасности развития рынка информационно-коммуникационных технологий.
24. Рынок услуг информационной безопасности.
25. Виды услуг в сфере информационной безопасности.
26. Сущность, структура, механизм функционирования и особенности рынка труда в сфере информационно-коммуникационных технологий.
27. Оценка численности занятых ИТ-специалистов.
28. Прогноз потребности в ИТ-специалистах.
29. Прогноз кадрового обеспечения сферы информационно-коммуникационных технологий.
30. Мировая конъюнктура рынка труда в сфере информационно-коммуникационных технологий.
31. Спецификация организации продаж на рынке информационно-коммуникационных технологий.
32. Лицензирование продуктов на рынке информационно-коммуникационных технологий.
33. Виды лицензий на рынке информационно-коммуникационных технологий.
34. Основные методики оценки поведения потребителя на рынке информационно-коммуникационных технологий.
35. Методы воздействия на целевую аудиторию на рынке информационно-коммуникационных технологий.
36. Современные методы воздействия на потребителей на рынке информационно-коммуникационных технологий.
37. Понятие и цели презентации. Виды презентаций. Коммуникативные походы к клиентам во время презентации

Краткие рекомендации к выполнению:

Прежде чем писать доклад на выбранную тему, студент согласовывает ее с преподавателем, составляет план доклада. Затем изучает закрепленную за ним тему по учебным пособиям, другим литературным источникам, конспектам лекций.

Требования к оформлению

Доклад (реферат) выполняется студентом самостоятельно в отдельной папке с титульным листом на стандартных листах формата А4, шрифт Times New Roman, кегель 14, интервал – 1,5, поля: верхнее, нижнее – 2,0; слева – 3,0; справа – 1,0. Форматирование по ширине. Отступ первой строки - 1,25.

Критерии оценки:

- оценка «зачтено» выставляется студенту, если доклад носит исследовательский характер, имеет грамотно изложенный анализ теории по выбранному вопросу, проведен анализ точек зрения различных авторов или литературных источников, логично и последовательно изложен материал, сделаны соответствующие выводы.

- оценка «незачтено» выставляется студенту, если доклад не отвечает основным требованиям, имеет поверхностный анализ и недостаточный уровень самостоятельности студента, материал изложен непоследовательно.

2. Материалы для проведения текущей аттестации

Текущая аттестация

**АВТОНОМНАЯ НЕКОММЕРЧЕСКАЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ
ОРГАНИЗАЦИЯ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
ЦЕНТРОСОЮЗА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
«РОССИЙСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ КООПЕРАЦИИ»
КАЗАНСКИЙ КООПЕРАТИВНЫЙ ИНСТИТУТ (ФИЛИАЛ)**

Комплект заданий для проведения текущей аттестации (в форме контрольной работы)

по дисциплине «Рынки информационных коммуникационных технологий и
организация продаж»

Тема 1. Информация и бизнес информация

Вариант 1

1. Дайте точное определение экономической информации:

- а) Информация, возникающая в процессе производственной деятельности
- б) Информация, возникающая в процессе производственной деятельности и используемая для управления этой деятельностью
- в) Информация, возникающая при подготовке и в процессе производственно- хозяйственной деятельности и используемая для управления этой деятельностью
- г) Информация, возникающая в процессе осуществления предприятием деятельности с денежными средствами и используемая для управления этой деятельностью
- д) Информация, затрагивающая основные термины бизнес- процессов предприятия

2. Укажите свойства информации:

- а) Исчерпывается в процессе потребления
- б) Передается полностью, не оставаясь у потребителя
- в) Не делится на части
- г) Накапливается в независимости от дальнейшего использования
- д) Повышается качество при добавлении новой информации

3. К особенностям управленческой информации относят:

- а) Однородность по форме и содержанию

б) Объемность из-за большого количества отображаемых объектов и их свойств

в) Рассредоточенность по различным источникам

г) Массовый характер

д) Целенаправленное назначение

е) Многоцелевое назначение

4. Моментом возникновения управленческой информации чаще всего считается:

а) Момент использования данных при разработке вариантов управленческого решения

б) Момент возникновения к управленческой информации

в) Момент использования данных при реализации принятых решений

г) Момент возникновения потребности в определенных данных для поддержки принятия решений

5. Роль информации в процессе управления предприятием:

а) Рост объемов информации создает трудности в управлении

б) Рост объемов информации устраняет трудности в процессе принятия решения

в) Рост объемов информации позволяет увеличить возможности совершенствования управления

г) Рост объемов информации позволяет повысить количество принятых решений

д) Уменьшение объемов информации позволяет увеличить возможности совершенствования управления

6. Структурированная информация

а) легко доступна

б) логична

в) формализована

г) легко поддается алгоритмической обработке

д) всегда достоверна

е) опирается на факты

7. Выберите характерные черты неструктурированной информации:

а) легко поддается алгоритмической обработке

б) не распознается компьютером

в) формализована

г) не формализована

8. Структурированная информация отличается от неструктурированной:

а) по степени достоверности

б) по степени защищенности от постороннего вмешательства

- в) по степени формализации
 - г) возможностью автоматизированной обработки
 - д) возможностью хранения в электронном виде
9. Неструктурированная информация:
- а) не может быть распознана компьютером
 - б) содержит абстрактные данные
 - в) в ее основе заложена семантика
 - г) представляет собой хаотичные информационные потоки
 - д) содержит избыточные данные
10. Решая слабо структурированные задачи, ИС:
- а) повышает надежность и достоверность информации
 - б) повышает гибкость организации
 - в) переопределяет организационные границы
 - г) вызывает горизонтальную реорганизацию в трудовых процессах
 - д) вызывает вертикальную реорганизацию в трудовых процессах
 - е) дает дополнительные конкурентные преимущества
11. Внешняя информация:
- а) приближительна
 - б) неточна
 - в) противоречива
 - г) носит вероятностный характер
 - д) возникает в самой системе управления
 - е) легко обрабатывается стандартными программными средствами

Вариант 2

1. К характеристикам экономической информации относятся:
- а) большие объемы экономической информации;
 - б) однократное получение информации и ее преобразования;
 - в) значительный удельный вес рутинных процедур при обработке информации данного типа;
 - г) однообразие источников и потребителей экономической информации;
2. Укажите основной недостаток экономической информации:
- а) большие объемы данного типа информации, практически не поддающиеся обработке;
 - б) многократное использование экономической информации;
 - в) разнообразие источников поступления экономической информации;
 - г) выполнение множества рутинных процедур для обработки информации;

3. Исходная (не обработанная) информация не позволяет:

- а) принимать наилучшие решения, используя весь объем необработанной информации;
- б) определять стратегические, тактические и оперативные цели и задачи организации;
- в) принимать обоснованные и своевременные решения;
- г) осуществлять контроль за текущим состоянием организации, ее подразделений и процессов в них;

4. Информация, циркулирующая во внутренней среде, характеризуется:

- а) Нестандартными алгоритмами обработки;
- б) точностью отражения финансово-хозяйственного состояния объекта;
- в) противоречивостью;
- г) незначительной степенью важности данной информации;

5. К определению качества информации относятся параметры:

- а) Полнота
- б) Актуальность
- в) Интегрированность
- г) Плотность
- д) Формальность
- е) Изолированность

6. Дайте определение Репрезентативности информации, как критерия оценки качества информации:

- а) Правильность отбора информации и формирования с точки зрения свойств управляющего объекта
- б) Правильность отбора информации и формирования с точки зрения свойств управляемого объекта

7. Дайте определение Полноты информации, как критерия оценки качества информации:

- а) Объем всей информации на предприятии
- б) Соотношение релевантной управлению информации ко всей имеющейся в наличии
- в) Соотношение релевантной управлению информации ко всей управляющей информации
- г) Соотношение релевантной управлению информации ко всей экономической информации

8. Дайте определение Актуальности Информации, как критерия оценки качества информации:

- а) Определяется временем, в течение которого информация устаревает

б) Определяется временем, в течение которого информация пополняется

в) Определяется временем, в течение которого информация заменяется на новейшую

9. Информационные ресурсы – это

а) весь имеющийся в ИС объем информации

б) весь объем знаний, отчужденных от их создателя, зафиксированный на носителях и предназначенный для общественного пользования

в) отдельные документы и отдельные массивы документов в ИС

г) компьютеры, с хранящимися на них массивами документов

10. Централизованная обработка информации характеризуется:

а) наличием нескольких ЭВМ, обрабатывающих информацию для последующей передачи на главный компьютер;

б) передачей пользователям необработанной информации;

в) разбиением вычислительных ресурсов при обработке на несколько центров;

г) сосредоточением ресурсов в едином центре;

11. Укажите плюсы централизованной ИС:

а) возможность управления большими и сложными проектами;

б) ИС более интегрирована и отвечает потребностям текущего времени;

в) гибкая и динамичная структура ИС;

г) централизованная ИС позволяет снизить телекоммуникационные затраты;

д) не происходит дублирование данных;

Тема 2. Информационный продукт и информационная услуга

Вариант 1.

1. Технология – это:

а) последовательность однотипных алгоритмов

б) система взаимосвязанных способов обработки материалов и приемов изготовления продукции в производственном процессе

в) последовательность операций по преобразованию исходного объекта в ожидаемое состояние

г) последовательность случайных операций, иногда приводящих к желаемому результату

д) рациональная организация достаточно часто повторяющихся процессов

2. Что не является компонентом технологии:

- а) финансы
 - б) кадровые ресурсы
 - в) информационные ресурсы
 - г) готовая продукция
3. Какие ресурсы должны присутствовать в технологии:
- а) кадровые
 - б) информационные
 - в) финансовые
 - г) материальные
 - д) правовые
4. Технология без использования вычислительной техники – это
- а) технология предметных областей
 - б) функциональная технология
 - в) компьютерная технология
 - г) информационная технология
 - д) обеспечивающая технология
5. Технология сбора, обработки и выдачи информации – это
- а) компьютерная технология
 - б) технология предметных областей
 - в) обеспечивающая технология
 - г) информационная технология
 - д) функциональная технология
6. Технология предметной области – это:
- а) технологическая спецификация
 - б) специальная технология
 - в) предметная технология
 - г) прикладная технология
7. Цель ИТ – это:
- а) получить нужную информацию требуемого качества на заданном носителе
 - б) упорядочить совокупность операций по сбору, накоплению, хранению, обработке, передаче и выводу информации
 - в) представить в формализованном виде выражение научных знаний и опыта, позволяющих рациональным образом организовать часто повторяющиеся информационные процессы
8. Среди компьютерных информационных технологий выделяют:
- а) обеспечивающие ИТ
 - б) сопровождающие ИТ
 - в) функциональные ИТ

- г) дополнительные
- д) вспомогательные

9. ИТ широкого класса применения, не привязанные к конкретной области экономики или управления, называется

- а) международной
- б) межотраслевой
- в) функциональной
- г) обеспечивающей
- д) поддерживающей

10. Приводит ли внедрение ИТ к изменению обязанностей и полномочий?

- а) всегда
- б) никогда
- в) только в производстве
- г) только в сфере распределения

11. Базовые ИТ – это те, что

- а) используются для решения отдельных компонентов той или иной функциональной задачи
- б) являются основой для формирования прикладных ИТ
- в) являются средствами вычислительной техники и средствами коммуникации
- г) ориентированы на полную информацию об объекте

Вариант 2

1. Информационный процесс на предприятии связывает:

- а) Внешнюю среду, объект и систему управления
- б) Внешнюю и внутреннюю среду, объект и систему управления
- в) Внешнюю и внутреннюю среду, объект и субъект управления
- г) Внешнюю и внутреннюю среду, объект, субъект и систему управления

2. Укажите требования к обработке информации в ИС:

- а) Своевременность предоставления
- б) Оперативность обработки информации
- в) Экономичность обработки информации
- г) Надежное хранение данных на предприятии
- д) Обеспечение защиты информационных потоков

3. Система обработки данных предназначена для:

- а) Учета и оперативного регулирования финансовых потоков на предприятии, подготовка стандартных документов для внешней среды

- б) Учета и оперативного регулирования функций управления и подготовка стандартных документов для внутренней и внешней среды
- в) Учета и оперативного регулирования хозяйственных операций, подготовки стандартных документов для внешней среды

4. Такие свойства ЭИС как автоматизация всех функций управления, привлечение большого числа пользователей, функционирование в распределенной вычислительной сети, принадлежат:

- а) интегрированной ЭИС
- б) локальной ЭИС

5. Дайте точное определение функциональной подсистеме ЭИС:

- а) Представляет собой комплекс экономических задач с высокой степенью информационных обменов между задачами
- б) Представляет собой комплекс экономических задач с высокой степенью информационных обменов между экономическими задачами
- в) Представляет собой комплекс экономических задач с высокой степенью информационных обменов между функциональными задачами
- г) Представляет собой комплекс экономических задач с высокой степенью информационных обменов между производственно-хозяйственными задачами

6. Основной тенденцией в мире ИС является:

- а) переход от традиционных архитектур, основанных на использовании набора тесно интегрированных между собой приложений от одного поставщика ПО, к компонентной архитектуре, позволяющей относительно легко сопрягать модули, поставляемые разными поставщиками.
- б) Переход от компонентной архитектуры к традиционной, основанной на использовании набора тесно интегрированных между собой приложений от одного поставщика;
- в) Использование только традиционной архитектуры, основанной на использовании набора тесно интегрированных между собой приложений от различных поставщиков;
- г) Использование компонентной архитектуры, не позволяющие расширять функции системы

7. Корпоративная информационная система не позволяет:

- а) накапливать определенный опыт и знания;
- б) обобщать накопленные знания в виде формализованных процедур и алгоритмов решения;
- в) постоянно совершенствоваться и развиваться;
- г) соответствовать потребностям сегодняшнего дня;
- д) быстро изменять структуры системы;

8. ИС для планирования материальных потребностей – это:

- а) CSRP
- б) PRM
- в) PMR
- г) MRP
- д) LPR

9. Какая ИС включает бизнес-планирование?

- а) MRP
- б) MRP-2
- в) APS

10. Локальная ИС (ЛИС) и Корпоративной ИС (КИС) сопоставимы по:

- а) широте охвата ФИТ
- б) степени интеграции автоматизированных бизнес процессов
- в) стоимости разработки и внедрения
- г) эффективности автоматизации бизнес процессов
- д) прозрачности процесса информационного обмена между отделами

11. КИС рассматривают как некоторую совокупность частных решений и компонентов их реализации, в числе которых:

- а) единая база хранения информации, формируемая различными и не связанными между собой программами и прикладными средствами
- б) множество прикладных систем, созданных разными фирмами и по разным технологиям (финансы, материально-технический учет, документооборот...)

Тема 4. Информатизация и коммуникационные процессы

Вариант 1.

1. Наиболее эффективными на предприятии являются виды коммуникаций (*выберите один правильный ответ*):

- а) вертикальные «снизу – вниз»
- б) горизонтальные
- в) вертикальные «снизу – вверх»
- г) диагональные
- д) прямые

2. «Шум» в процессе коммуникаций это (*выберите несколько правильных ответов*):

- а) Слишком громкая эмоциональная речь собеседников.
- б) Внешние отвлекающие звуковые помехи.
- в) Сознательное искажение сообщений.
- г) Случайное искажение сообщений.

д) Избыточное количество информации.

3. Каналом связи в современных коммуникациях на предприятии являются *(выберите несколько правильных ответов)*:

- а) электронная почта в Интернете
- б) беседа деловых партнеров
- в) доска объявлений в Интернете
- г) статистические данные
- д) презентации

4. Элементы коммуникационного процесса включают *(выберите несколько правильных ответов)*:

- а) руководителя предприятия
- б) отправителя информации
- в) работников, специалистов
- г) получателя информации
- д) канал связи
- е) технические средства
- ж) информацию

5. Наиболее эффективными на предприятии являются виды коммуникаций *(выберите один правильный ответ)*:

- а) вертикальные «снизу – вниз»;
- б) горизонтальные;
- в) вертикальные «снизу – вверх»;
- г) диагональные;
- д) прямые.

6. Формами вербальных коммуникаций являются *(выберите несколько правильных ответов)*:

- а) совещания;
- б) выражение лица делового партнера;
- в) собрание;
- г) приказ;
- д) рукопожатие.

7. Какова роль информации в организации *(выберите несколько правильных ответов)*:

- а) она является предметом управленческого труда
- б) это основа принятия управленческих решений
- в) она снижает степень неопределенности во внешней среде
- г) является методом управления
- д) смысл коммуникации в управлении
- е) условие повышения зарплаты

8. Коммуникации в организации осуществляется в следующих основных видах. Что из перечисленного является важнейшим? *(выберите несколько правильных ответов):*

- а) деловая беседа
- б) совещание
- в) собрание
- г) деловые переговоры

9. Объяснения исполнителя руководству по поводу допущенных ошибок являются *(выберите один правильный ответ):*

- а) актом прямой связи;
- б) актом обратной связи;
- в) достаточным свидетельством всеобъемлющего контроля;
- г) актом, не относящимся к функции контроля.

10. Запрещенными приемами во время коммуникации являются *(выберите несколько правильных ответов):*

- а) обоснованность своих суждений;
- б) негативная оценка высказываний собеседника;
- в) вторжение в личную зону собеседника;
- г) «Вы-подход»

11. Невербальное общение это *(выберите один правильный ответ):*

- а) общение с помощью слов;
- б) общение с помощью мимики и жестов;
- в) общение с учетом обратной связи.

Вариант 2.

1. Система, предназначенная для хранения, поиска, обработки и выдачи информации по запросам пользователя, называется:

- а) база данных
- б) информационная технология
- в) информационная система

2. Функциональная полнота ИС включает

- а) мобильность
- б) ремонтпригодность
- в) тиражируемость
- г) продаваемость

3. Гарантированное сохранение целостности и непротиворечивости данных – это

- а) иерархичность
- б) надежность

- в) целостность
- г) связность

4. Получение оперативной информации о состоянии объекта – это

- а) работа в реальном времени
- б) работа на потоке
- в) мобильность
- г) каноничность

5. Возможность без ущерба подсоединять новые модули к ИС – это

- а) мобильность
- б) структурность
- в) иерархичность
- г) конструктивность
- д) модульность

6. Функциональные возможности ИС определяются исходя из

- а) средств предприятия
- б) бизнес-плана и стратегии развития бизнеса
- в) специализации фирмы
- г) решения директора

7. Назначение ИС заключается в:

- а) принятии решения на основе доступной информации;
- б) оценке информационных потоков и их влиянии на всю структуру предприятия, где используется данная ИС;
- в) сортировке поступающей информации для обеспечения эффективного управления;
- г) создании соответствующей организационной структуры;

8. ИС, используемая руководителями подразделений, называется:

- а) стратегическая информационная система;
- б) тактическая информационная система;
- в) информационная система оперативного управления;

9. Эффективность ИС определяется как:

- а) Отсутствие содержания нерелевантных процессу данных
- б) Объемное содержание нерелевантных процессу данных
- в) Обеспечение эффективного управления посредством использования информации, содержащейся в ИС
- г) Степень интеграции ИС на предприятии
- д) Обеспечение эффективности выполнения бизнес-процессов предприятия с использованием информации ИС

10. Условие или характеристика, которым должна удовлетворять ИС,

представляет собой:

- а) Требование к ИС
- б) Анализ ИС
- в) Эффективность ИС
- г) Риски внедрения ИС

11. Функциональные требования к ИС:

- а) Определяют действия, которые должна выполнять система, без учета ограничений, связанных с ее реализацией
- б) Определяют действия, которые должна выполнять система, с учетом ограничений, связанных с ее реализацией
- в) Определяют задачи и решения, которые должна выполнять система в процессе функционирования на предприятии

Критерии оценки:

- оценка «отлично» выставляется студенту, если задание выполнено верно и в полном объеме;
- оценка «хорошо» выставляется студенту, если задание выполнено с незначительными замечаниями;
- оценка «удовлетворительно» выставляется, если задание выполнено на базовом уровне, но с ошибками;
- оценка «неудовлетворительно» выставляется, если содержится большое количество ошибок, задание не выполнено.