

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ  
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ  
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
«РЯЗАНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ РАДИОТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ  
ИМЕНИ В.Ф. УТКИНА»

Кафедра «Электронные вычислительные машины»

«СОГЛАСОВАНО»  
Декан факультета ИЭ  
\_\_\_\_\_/ Евдокимова Е.Н./  
«\_\_» \_\_\_\_\_ 2019г

«УТВЕРЖДАЮ»  
Проректор РОПиМД  
\_\_\_\_\_/ Корячко А.В.  
«\_\_» \_\_\_\_\_ 2019г

Заведующий кафедрой ЭВМ  
\_\_\_\_\_/ Костров Б.В.  
«\_\_» \_\_\_\_\_ 2019г

## **РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**

### **Б1.В.ДВ.03.02 «Исследование рынков и организация продаж»**

Направление подготовки  
38.03.05 – «Бизнес-информатика»

Направленность (профиль) подготовки  
«Бизнес-информатика»

Уровень подготовки - бакалавриат

Квалификация выпускника – бакалавр

Формы обучения – заочная

Рязань 2019 г

## ЛИСТ СОГЛАСОВАНИЙ

Рабочая программа составлена с учетом требований федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки Бизнес-информатика (уровень бакалавриата), утвержденным приказом Минобрнауки России от 11.08.2016 №1002.

Разработчики

доцент кафедры ЭВМ Е.Р. Муратов

\_\_\_\_\_/Е.Р. Муратов/  
(подпись)

Программа рассмотрена и одобрена на заседании кафедры

«\_\_\_» \_\_\_\_\_ 2019г., протокол № \_\_\_\_\_

Заведующий кафедрой

«Электронные вычислительные машины»,  
д.т.н., проф. кафедры ЭВМ Б.В. Костров

\_\_\_\_\_/Б.В. Костров/  
(подпись)

## 1. ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Целью освоения дисциплины «Исследование рынков и организация продаж» является получение системных знаний о методах анализа высокотехнологических рынков, структуре рынка информационно-коммуникационных технологий, его основных участниках, основных тенденциях развития отдельных сегментов данного рынка, а также освоение теоретических основ ведения маркетинговой деятельности на рынке информационных продуктов.

Задачи дисциплины:

- развитие у студентов системного видения организации профессиональной деятельности на рынке информационных услуг и продуктов;
- формирование способностей проведения комплексной оценки качества информационных услуг и продуктов;
- выработка практических навыков разработки стратегии позиционирования фирмы сферы информационного бизнеса в условиях современной конкурентной среды;
- развитие способностей к самостоятельной работе и непрерывному самообразованию.

## 2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Дисциплина «Исследование рынков и организация продаж» относится к дисциплинам вариативной части и является блоком Б1.В.ДВ.03.02 вариативной части основной профессиональной образовательной программы (ОПОП) академического бакалавриата «Бизнес информатика» по направлению подготовки по направлению подготовки 38.03.05 Бизнес информатика ФГБОУ ВО «РГРТУ».

Дисциплина изучается на 4 курсе.

Для изучения дисциплины обучаемый должен

*знать:*

- базовые подходы к анализу информации;
- основные ИС и ИКТ управления бизнесом, современные методы ведения предпринимательской деятельности в сети Интернет;

*уметь:*

- использовать аналитико-синтетические способы обработки информации;

*владеть:*

- базовыми навыками анализа предметных областей;
- навыками работы с компьютером как средством управления информацией, с информацией в глобальных компьютерных сетях;
- навыками работы с информацией из различных источников.

*Взаимосвязь с другими дисциплинами.* Для освоения данной дисциплины необходимо изучить курс, «Управление жизненным циклом ИС», «Электронный бизнес», «Современные информационные технологии», «Архитектура предприятия».

Приобретенные в результате изучения курса знания, умения и навыки используются при итоговой аттестации и в процессе написания выпускной квалификационной работы.

## 3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций в соответствии с ФГОС ВО.

Код компетенции	Результаты освоения ОПОП Содержание компетенций	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине
ПК-2	проведение исследования и анализа рынка информационных	<u>Знать:</u> теорию исследования рынков ИКТ, ключевых представителей рынка ИС и ИКТ,

	систем и информационно-коммуникативных технологий	<p>особенности информационно коммуникационных технологий, особенности проведения исследования и анализа рынка информационных систем и информационно - коммуникативных технологий</p> <p><u>Уметь:</u> проводить анализ рынка информационных систем и информационно - коммуникативных технологий, проводить исследование рынка ИС и ИКТ.</p> <p><u>Владеть:</u> основными методами работы с информационными ресурсам, навыками анализа рынка информационных систем и информационно -коммуникативных технологий</p> <p>- навыками проведения исследования и анализа рынка ИС и ИКТ.</p>
--	---	---

#### 4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

**4.1 Объем дисциплины по семестрам (курсам) и видам занятий в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам занятий) и на самостоятельную работу обучающихся**

Общая трудоемкость (объем) дисциплины составляет 6 зачетных единиц (ЗЕ), 216 часов.

Вид учебной работы	Всего часов
	Очная форма
Общая трудоёмкость	216
Контактная работа обучающихся с преподавателем (всего), в том числе:	14
лекции	8
лабораторные работы	-
практические занятия	6
Самостоятельная работа обучающихся (всего), в том числе:	193
курсовая работа	-
контрольная работа	-
Контроль	9
Вид промежуточной аттестации обучающихся	Экзамен

#### 4.2 Разделы дисциплины и трудоемкость по видам учебных занятий (в академических часах)

Тема	Общая трудоемкость, всего часов	Контактная работа обучающихся с преподавателем				Самостоятельная работа обучающихся
		Всего	Лекции	Практические занятия,	Лабораторные работы	
Тема 1. Рынок ИКТ.	11	2	1	1	-	8
Тема 2. Информационные продукты и услуги.	11	2	1	1	-	8
Тема 3. Ценообразование для информационных продуктов и услуг.	11	2	1	1	-	8
Тема 4. Технологии производства интеллектуального продукта.	25	2	1	1	-	22
Тема 5. Интернациональные участники рынка и их влияние на потребителя.	4	1	1	-	-	3
Тема 6. Интернет рекламы как информационная услуга.	4	1	1	-	-	3
Тема 7. Методы прогнозирования и оценок, Прогноз и анализ рынков ИКТ.	15	1	1	-	-	12
Тема 8. Организация продаж.	45	2	1	1	-	40
Тема 9. Построение системы продаж.	10	-	-	-	-	10
Тема 10. План продаж и команда отдела продаж.	26	1	-	1	-	25
Тема 11. Повышение продаж путем оптимизации бизнес-процессов компании.	19	-	-	-	-	19
Тема 12. Измерение показателей, Самооценка и улучшения.	25	-	-	-	-	25
Тема 13. Методы для уяснения сути проблемы.	10	-	-	-	-	10
Всего:	<b>216</b>	<b>14</b>	<b>8</b>	<b>6</b>	<b>-</b>	<b>193</b>

#### 4.3 Содержание дисциплины

##### Виды практических, лабораторных и самостоятельных работ по очной форме обучения

##### 4.3.1 Лекционные занятия

№ п/п	Темы лекционных занятий	Трудоемкость (час.)	Формируемые компетенции	Форма контроля
1	История развития рынка ИКТ. Основные определения. Информационные ресурсы. Информационный продукт. Информационная услуга. Источники информации. База данных. Классификация баз данных. Ретроспективный поиск информации. Что такое ИКТ рынок. ИКТ-рынок в мире и в России. ИТ рынок. Состояние и развитие рынка	2	ПК-2	Экзамен

	телекоммуникационного оборудования. Рынок телекоммуникационных услуг.			
2	Основные виды информационных услуг. Разделения рынка информационных продуктов и услуг на сектора. Правовое регулирование на информационном рынке. Классификация информационных продуктов и услуг.	2	ПК-2	Экзамен
3	Различия материальных и информационных продуктов. Ценообразования информационных продуктов и услуг. Виды информации, принимающие товарную форму. Факторы оказывающие влияние на цену. Растянность потребления во времени. Растянность потребления в пространстве. Методика практического определения цены информационного продукта, ориентированного на массового потребителя. Нижний и верхний предел цены информационного продукта.	2	ПК-2	Экзамен
4	Виды информации на рынке ИКТ. Компоненты технологий для производства продуктов. Основные характеристики новых информационных технологий. Характеристики информационных продуктов и услуг. Анализ спроса на научно-техническую продукцию. Портфель проектов. Значение и задачи анализа спроса на инновации.	4	ПК-2	Экзамен
5	Сложность современных рыночных отношений в сфере ИКТ. Зависимость от иностранных участников рынка при производстве и продаже информационных продуктов и услуг. Влияние на пользователей иностранных участников рынка ИКТ. Экономическая составляющая развития рынка ИКТ.	1	ПК-2	Экзамен
6	Реклама, типы рекламы. Плата за онлайн-услуги. Продажа клиентских баз данных. Доходы от продажи содержания. Измерения аудитории Интернета.	1	ПК-2	Экзамен
7	Форсайт, что такое форсайт. Связь форсайта с обществом знаний. Форсайт и его связь с технологическим прогнозированием. Различия форсайта и исследований будущего. Основные разновидности форсайтов. Роль форсайтов в жизни людей. Как форсайт соотносится с обществом знаний. Этапы форсайта. Анализ методов, используемых при форсайте. Метод экспертных оценок при планировании хозяйственной деятельности предприятия. Экспертное суждение. «Дерево связей» и морфологический анализ. Метод Дельфи. Методы основанные на статистическом и математическом анализе. Экстраполяция трендов. Мозговой штурм. Визуальное структурирование идей и анализ аргументов . Ролевая игра. SWOT-анализ, STEP-анализ, SMART-анализ. Экспертиза, Принципы экспертного исследования. Основная идея SWOT. Способы повышения эффективности метода SWOT. SMART-анализ. STEP-анализ. Дорожное картирование. Сущность дорожного картирования. Процесс формирования дорожных карт.	4	ПК-2	Экзамен

	Классификация дорожных карт по объектам картирования. Дорожное технологическое картирование как инструмент государственного планирования технологического развития. Этапы дорожного технологического картирования.			
8	Элементы в составе организация продаж на тактическом уровне. Повышения продаж путем оптимизации бизнес процессов компании. Определение бизнес-процесса. Классификация бизнес процесса. Первичные процессы. Поддерживающие процессы. Развивающие процессы.	6	ПК-2	Экзамен
9	Роль коммерческого директора в компании. Обязанности коммерческого директора. Как найти подходящего коммерческого директора. Как построить эффективную систему продаж. Цель компании, ресурсы. Технологии и стандарты. Оптимизация структуры продаж. Аудит службы продаж. Описание работы сотрудников отдела. Внедрение разработанных схем и стандартов, и мониторинг их эффективности.	1	ПК-2	Экзамен
10	Составляя план продаж. Какие факторы нужно обязательно проанализировать. Как эффективно управлять командой отдела Продаж. Правила работы с персоналом отдела продаж. Управление отделом продаж «вручную».	3	ПК-2	Экзамен
11	Проведение и организация совершенствования. Почему нужно совершенствование? Модель совершенствования показателей. Организация улучшений. Документирование процесса. Идентификация бизнес-процессов. Картирование взаимосвязей. Блок-схема процесса. Межфункциональная блок-схема. Многоуровневая блок-схема. Владелец процесса.	2	ПК-2	Экзамен
12	Что это такое: измерение показателей и зачем нужны эти измерения? Виды мер для показателей. Состав приборной панели для измерения показателей. Определение понятия самооценки. Разработка системы самооценки предприятия. Интерпретация результатов измерений. Анализ трендов.. Диаграмма-«паутина». Матрица показателей. Тестирование критериев. Планирование улучшений с помощью метода структурирования качества.	3	ПК-2	Экзамен
13	Выявление критического инцидента. Контрольный листок. Диаграмма Парето.	1	ПК-2	Экзамен

#### 4.3.2 Лабораторные работы

№ п/п	Наименование лабораторных работ	Трудоемкость (час.)	Формируемые компетенции	Форма контроля

#### 4.3.3 Практические занятия

Тема	Вид работы	Наименование и содержание работы	Трудоемкость, часов
Тема 1. Рынок ИКТ.	Практическая работа	Аналитические обзоры ИКТ рынка	1
	Самостоятельная работа	Изучение конспекта лекций Изучение методических указаний, подготовка к практическим занятиям Самостоятельное изучение темы	0,5 0,5 7
Тема 2. Информационные продукты и услуги.	Практическая работа	Анализ индекса развития информационно-коммуникационных технологий в странах мира (ICT Development Index).	1
	Самостоятельная работа	Изучение конспекта лекций Изучение методических указаний, подготовка к практическим занятиям Самостоятельное изучение темы	0,5 0,5 7
Тема 3. Ценообразование для информационных продуктов и услуг.	Практическая работа	Анализ рынка ИТ и телекоммуникаций за последние периоды времени	1
	Самостоятельная работа	Изучение конспекта лекций Изучение методических указаний, подготовка к практическим занятиям Самостоятельное изучение темы	0,5 0,5 7
Тема 4. Технологии производства интеллектуального продукта.	Практическая работа	Интернет вещей	1
	Самостоятельная работа	Роль интерактивных материалов в интернет-маркетинге и электронном бизнесе Целесообразность использования интернета для продвижения объектов недвижимости и услуг агентств недвижимости  Изучение конспекта лекций Изучение методических указаний, подготовка к практическим занятиям Самостоятельное изучение темы	5 4  0,5 0,5 11
Тема 5. Интернациональные участники рынка и их влияние на потребителя.	Самостоятельная работа	Изучение конспекта лекций	1
		Самостоятельное изучение темы	2
Тема 6. Интернет рекламы как информационная услуга.	Самостоятельная работа	Изучение конспекта лекций Самостоятельное изучение темы	1 2



Тема	Вид работы	Наименование и содержание работы	Трудоемкость, часов
Тема 7. Методы прогнозирования и оценок, Прогноз и анализ рынков ИКТ.	Самостоятельная работа	Изучение конспекта лекций Самостоятельное изучение темы	1 10
	Практическая работа	Бизнес идеи	1
Тема 8. Организация продаж.	Самостоятельная работа	Установление контакта при переговорах Способы увеличения продаж Воронка продаж Привлечение клиентов	4 4 4 4
		Изучение конспекта лекций Изучение методических указаний, подготовка к практическим занятиям Самостоятельное изучение темы	1 1 24
Тема 9. Построение системы продаж.	Самостоятельная работа	Самостоятельное изучение темы	10
Тема 10. План продаж и команда отдела продаж.	Практическая работа	Планирование в отделе продаж	1
	Самостоятельная работа	Составление плана продаж Изучение конспекта лекций Изучение методических указаний, подготовка к практическим занятиям Самостоятельное изучение темы	4 1 1 18
Тема 11. Повышение продаж путем оптимизации бизнес-процессов компании.	Самостоятельная работа	Анализ бизнеспроцессов компании	4
		Самостоятельное изучение темы	15
Тема 12. Измерение показателей, Самооценка и улучшения.	Самостоятельная работа	Анализ интернет площадок электронной торговли	4
		Партизанский бенчмаркинг сайтов конкурентов Самостоятельное изучение темы	4 18
Тема 13. Методы для уяснения сути проблемы.	Самостоятельная работа	Самостоятельное изучение темы	10

## 5. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Оценочные материалы приведены в приложении А.

## 6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

### 6.1 Основная литература

- 1) Олейник К. Все об управлении продажами [Электронный ресурс] / К. Олейник, С. Иванова, Д. Болдогоев. — Электрон. текстовые данные. — М. : Альпина Паблишер, 2016. — 331 с. — 978-5-9614-4658-6. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/49302.html> — ЭБС «IPRbooks», по паролю (дата обращения: 21.02.2017)
- 2) Руководство по улучшению бизнес-процессов [Электронный ресурс] / . — Электрон. текстовые данные. — М. : Альпина Паблишер, 2016. — 130 с. — 978-5-9614-5341-6. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/41370.html> — ЭБС «IPRbooks», по паролю (дата обращения: 21.02.2016)
- 3) Голуб О.Ю. Теория коммуникации [Электронный ресурс] : учебник / О.Ю. Голуб, С.В. Тихонова. — Электрон. текстовые данные. — М. : Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2016. — 338 с. — 978-5-394-01262-4 — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/57124.html> — ЭБС «IPRbooks», по паролю (дата обращения: 21.02.2016)
- 4) Жданова Т.С. Технологии продаж [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Жданова Т.С.— Электрон. текстовые данные.— М.: Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2014.— 184 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/15709.html> — ЭБС «IPRbooks», по паролю (дата обращения: 21.02.2016)

### 6.2 Дополнительная литература

- 1) Форсайт-менеджмент [Электронный ресурс] : учебное пособие / Г.И. Сидунова [и др.]. — Электрон. текстовые данные. — Волгоград: Волгоградский государственный социально-педагогический университет, «Перемена», 2017. — 147 с. — 978-5-9935-0370-7. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/70737.html>.
- 2) Годин А.М. Маркетинг [Электронный ресурс]: учебник для бакалавров/ Годин А.М.— Электрон. текстовые данные.— М.: Дашков и К, 2016.— 656 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/60435.html> — ЭБС «IPRbooks» », по паролю (дата обращения: 21.02.2016)
- 3) Александр Остервальдер Построение бизнес-моделей [Электронный ресурс]: настольная книга стратега и новатора/ Александр Остервальдер, Ив Пинье— Электрон. текстовые данные.— М.: Альпина Паблишер, 2017.— 287 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/68025.html> — ЭБС «IPRbooks», по паролю (дата обращения: 21.02.2016).
- 4) Гвозденко Е.В. Инстинкт покупать. Успешные продажи с психологическим подходом (2-е издание) [Электронный ресурс]: практическое пособие/ Гвозденко Е.В.— Электрон. текстовые данные.— М.: Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2016.— 168 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/57032.html> — ЭБС «IPRbooks», по паролю (дата обращения: 21.02.2016).
- 5) Панова А.К. Планирование и эффективная организация продаж [Электронный ресурс]: практическое пособие/ Панова А.К.— Электрон. текстовые данные.— М.: Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2016.— 190 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/57254.html> — ЭБС «IPRbooks» », по паролю (дата обращения: 21.02.2016).

### 6.3 Нормативные правовые акты

### 6.4 Периодические издания

### 6.5 Методические указания

- 1) Руководство по улучшению бизнес-процессов [Электронный ресурс] / . — Электрон. текстовые данные. — М. : Альпина Паблишер, 2016. — 130 с. — 978-5-9614-5341-6. —

Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/41370.html> — ЭБС «IPRbooks», по паролю (дата обращения: 21.02.2016);

- 2) Панова А.К. Планирование и эффективная организация продаж [Электронный ресурс]: практическое пособие/ Панова А.К.— Электрон. текстовые данные.— М.: Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2016.— 190 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/57254.html> — ЭБС «IPRbooks» », по паролю (дата обращения: 21.02.2016).

## **6.6 Методические указания к курсовому проектированию (курсовой работе) и другим видам самостоятельной работы**

### **Указания в рамках лекций**

Во время лекции студент должен вести краткий конспект.

Работа с конспектом лекций предполагает просмотр конспекта в тот же день после занятий. При этом необходимо пометить материалы конспекта, которые вызывают затруднения для понимания. При этом обучающийся должен стараться найти ответы на затруднительные вопросы, используя рекомендуемую литературу. Если ему самостоятельно не удалось разобраться в материале, необходимо сформулировать вопросы и обратиться за помощью к преподавателю на консультации или ближайшей лекции.

Обучающимся необходимо регулярно отводить время для повторения пройденного материала, проверяя свои знания, умения и навыки по контрольным вопросам.

### **Указания в рамках практических (семинарских) занятий**

Практические (семинарские) занятия составляют важную часть профессиональной подготовки студентов. Основная цель проведения практических (семинарских) занятий – формирование у студентов аналитического и творческого мышления путем приобретения практических навыков.

Методические указания к практическим (семинарским) занятиям по дисциплине наряду с рабочей программой и графиком учебного процесса относятся к методическим документам, определяющим уровень организации и качества образовательного процесса. Содержание практических занятий фиксируется в рабочей программе дисциплины в разделе 4.

Важнейшей составляющей любой формы практических занятий являются упражнения (задания). Основа в упражнении – пример, который разбирается с позиций теории, развитой в лекции. Как правило, основное внимание уделяется формированию конкретных умений, навыков, что и определяет содержание деятельности студентов – решение задач, графические работы, уточнение категорий и понятий науки, являющихся предпосылкой правильного мышления и речи.

Практические (семинарские) занятия выполняют следующие задачи:

- стимулируют регулярное изучение рекомендуемой литературы, а также внимательное отношение к лекционному курсу;
- закрепляют знания, полученные в процессе лекционного обучения и самостоятельной работы над литературой;
- расширяют объем профессионально значимых знаний, умений и навыков;
- позволяют проверить правильность ранее полученных знаний;
- прививают навыки самостоятельного мышления, устного выступления;
- способствуют свободному оперированию терминологией;
- представляют преподавателю возможность систематически контролировать уровень самостоятельной работы студентов.

При подготовке к практическим (семинарским) занятиям необходимо просмотреть конспекты лекций и методические указания, рекомендованную литературу по данной теме, а так же подготовиться к ответу на контрольные вопросы.

В ходе выполнения индивидуального задания практического занятия студент готовит отчет о работе (с помощью офисного пакета Open Office или другом редакторе доступном

студенту). В отчет заносятся результаты выполнения каждого пункта задания (анализ задачи, найденные пути решения, поясняющие схемы, диаграммы, графики, таблицы, расчеты, ответы на вопросы пунктов задания, выводы по проделанной работе и т.д.). Примерный образец оформления отчета предоставляется студентам в виде раздаточных материалов или прилагается к рабочей программе дисциплины.

За 10 минут до окончания занятия преподаватель проверяет объем выполненной за занятие работы и отмечает результат в рабочем журнале. Оставшиеся невыполненными пункты задания практического занятия студент обязан доделать самостоятельно.

После проверки отчета преподаватель может проводить устный или письменный опрос студентов для контроля усвоения ими основных теоретических и практических знаний по теме занятия (студенты должны знать смысл полученных ими результатов и ответы на контрольные вопросы). По результатам проверки отчета и опроса выставляется оценка за практическое занятие.

### **Указания в рамках подготовки к промежуточной аттестации**

При подготовке к экзамену в дополнение к изучению конспектов лекций, учебных пособий, слайдов и другого раздаточного материала предусмотренного рабочей программой дисциплины, необходимо пользоваться учебной литературой, рекомендованной к настоящей рабочей программе. При подготовке к экзамену нужно изучить теорию: определения всех понятий и подходы к оцениванию до состояния понимания материала и самостоятельно решить по нескольким типовым задач из каждой темы (в том случае если тема предусматривает решение задач). При решении задач всегда необходимо уметь качественно интерпретировать итог решения.

### **Указания в рамках самостоятельной работы студентов**

Самостоятельная работа студентов по дисциплине играет важную роль в ходе всего учебного процесса. Методические материалы и рекомендации для обеспечения самостоятельной работы студентов готовятся преподавателем и выдаются студентам в виде раздаточных материалов или оформляются в виде электронного ресурса используемого в рамках системы дистанционного обучения ФГБОУ ВО «РГРТУ».

Самостоятельное изучение тем учебной дисциплины способствует:

- закреплению знаний, умений и навыков, полученных в ходе аудиторных занятий;
- углублению и расширению знаний по отдельным вопросам и темам дисциплины;
- освоению умений прикладного и практического использования полученных знаний.

Самостоятельная работа как вид учебной работы может использоваться на лекциях и практических, а также иметь самостоятельное значение – внеаудиторная самостоятельная работа обучающихся – при подготовке к лекциям, практическим занятиям, а также к экзамену.

### **Рекомендации по работе с литературой**

Теоретический материал курса становится более понятным, когда дополнительно к прослушиванию лекции и изучению конспекта, изучается дополнительная рекомендованная литература. Литературу по курсу рекомендуется изучать в библиотеке, с использованием доступной электронной библиотечной системы или с помощью сети Интернет (источники, которые могут быть использованы без нарушения авторских прав).

## **7. ПЕРЕЧЕНЬ РЕСУРСОВ ИНФОРМАЦИОННО-ТЕЛЕКОММУНИКАЦИОННОЙ СЕТИ «ИНТЕРНЕТ», НЕОБХОДИМЫХ ДЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ**

Обучающимся предоставлена возможность индивидуального доступа к следующим электронно-библиотечным системам:

Электронно-библиотечная система «IPRbooks», режим доступа – с любого компьютера РГРТУ без пароля, из сети интернет по паролю. – URL: <https://iprbookshop.ru/>.

## **8. ПЕРЕЧЕНЬ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ, ИСПОЛЬЗУЕМЫХ ПРИ ОСУЩЕСТВЛЕНИИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ, ВКЛЮЧАЯ ПЕРЕЧЕНЬ ПРОГРАММНОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ И ИНФОРМАЦИОННЫХ СПРАВОЧНЫХ СИСТЕМ**

При проведении занятий по дисциплине используются следующие информационные технологии:

- удаленные информационные коммуникации между студентами и преподавателем, ведущим лекционные и практические занятия, посредством информационной образовательной среды ФГБОУ ВО «РГРТУ», позволяющие осуществлять оперативный контроль графика выполнения и содержания образовательного процесса, решение организационных вопросов, консультирование;
- доступ к современным профессиональным базам данных (в том числе международным реферативным базам данных научных изданий) и информационным справочным системам;
- проведение аудиторных занятий с использованием презентаций и раздаточных материалов в электронном виде;
- выполнение студентами различных видов учебных работ с использованием лицензионного программного обеспечения, установленного на рабочих местах студента в компьютерных классах и в помещениях для самостоятельной работы, а также для выполнения самостоятельной работы в домашних условиях.

### **Перечень лицензионного программного обеспечения:**

- 1) Операционная система Windows XP Professional (лицензия Microsoft DreamSpark Membership ID 700102019);
- 2) Open Office (лицензия Apache License, Version 2.0);

## **9. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ**

Для освоения дисциплины необходимы:

- 1) для проведения лекционных занятий необходима аудитория с достаточным количеством посадочных мест, соответствующая необходимым противопожарным нормам и санитарно-гигиеническим требованиям;
- 2) для проведения практических занятий необходим класс персональных компьютеров с установленными операционными системами Microsoft Windows XP (или выше) и установленным лицензионным программным обеспечением Open Office;
- 3) для проведения лекций аудитория должна быть оснащена проекционным оборудованием.

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ  
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ  
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
«РЯЗАНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ РАДИОТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ  
ИМЕНИ В.Ф. УТКИНА»

## **ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ**

по дисциплине

### **Б1.В.ДВ.03.02 «Исследование рынков и организация продаж»**

Направление подготовки  
38.03.05 – «Бизнес-информатика»

Направленность (профиль) подготовки  
«Бизнес-информатика»

Уровень подготовки - бакалавриат

Квалификация выпускника – бакалавр

Формы обучения – заочная

Рязань 2019 г

## 1 ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ

Оценочные материалы – это совокупность учебно-методических материалов (контрольных заданий, описаний форм и процедур), предназначенных для оценки качества освоения обучающимися данной дисциплины как части основной профессиональной образовательной программы.

Цель – оценить соответствие знаний, умений и уровня приобретенных компетенций, обучающихся целям и требованиям основной профессиональной образовательной программы в ходе проведения текущего контроля и промежуточной аттестации.

Основная задача – обеспечить оценку уровня сформированности профессиональных компетенций, приобретаемых обучающимся в соответствии с этими требованиями.

Промежуточный контроль по дисциплине осуществляется проведением экзамена.

Форма проведения экзамена – письменный ответ по утвержденным экзаменационным билетам, сформулированным с учетом содержания учебной дисциплины. В экзаменационный билет включается два теоретических вопроса и одна задача выполняемая на компьютере. После выполнения письменной работы обучаемого производится ее оценка преподавателем и, при необходимости, проводится теоретическая беседа с обучаемым для уточнения экзаменационной оценки.

## 2 ОПИСАНИЕ ПОКАЗАТЕЛЕЙ И КРИТЕРИЕВ ОЦЕНИВАНИЯ КОМПЕТЕНЦИЙ

Сформированность каждой компетенции (или ее части) в рамках освоения данной дисциплины оценивается по трехуровневой шкале:

- 1) пороговый уровень является обязательным для всех обучающихся по завершении освоения дисциплины;
- 2) продвинутый уровень характеризуется превышением минимальных характеристик сформированности компетенций по завершении освоения дисциплины;
- 3) эталонный уровень характеризуется максимально возможной выраженностью компетенций и является важным качественным ориентиром для самосовершенствования.

### Уровень освоения компетенций, формируемых дисциплиной:

#### Описание критериев и шкалы оценивания тестирования:

<b>Шкала оценивания</b>	<b>Критерий</b>
<i>3 балла (эталонный уровень)</i>	уровень усвоения материала, предусмотренного программой: процент верных ответов на тестовые вопросы от 85 до 100%
<i>2 балла (продвинутый уровень)</i>	уровень усвоения материала, предусмотренного программой: процент верных ответов на тестовые вопросы от 70 до 84%
<i>1 балл (пороговый уровень)</i>	уровень усвоения материала, предусмотренного программой: процент верных ответов на тестовые вопросы от 50 до 69%
<i>0 баллов</i>	уровень усвоения материала, предусмотренного программой: процент верных ответов на тестовые вопросы от 0 до 49%

#### Описание критериев и шкалы оценивания теоретического вопроса:

<b>Шкала оценивания</b>	<b>Критерий</b>
<i>3 балла (эталонный уровень)</i>	выставляется студенту, который дал полный ответ на вопрос, показал глубокие систематизированные знания, смог привести примеры, ответил на дополнительные вопросы преподавателя
<i>2 балла (продвинутый уровень)</i>	выставляется студенту, который дал полный ответ на вопрос, но на некоторые дополнительные вопросы преподавателя ответил только с помощью наводящих вопросов
<i>1 балл (пороговый уровень)</i>	выставляется студенту, который дал неполный ответ на вопрос в билете и смог ответить на дополнительные вопросы только

	с помощью преподавателя
0 баллов	выставляется студенту, который не смог ответить на вопрос

### Описание критериев и шкалы оценивания практического задания:

Шкала оценивания	Критерий
3 балла (эталонный уровень)	Задача решена верно
2 балла (продвинутый уровень)	Задача решена верно, но имеются неточности в логике решения
1 балл (пороговый уровень)	Задача решена верно, с дополнительными наводящими вопросами преподавателя
0 баллов	Задача не решена

На промежуточную аттестацию выносятся тест, два теоретических вопроса и 2 задачи. Максимально студент может набрать 15 баллов. Итоговый суммарный балл студента, полученный при прохождении промежуточной аттестации, переводится в традиционную форму по системе «отлично», «хорошо», «удовлетворительно» и «неудовлетворительно».

**Оценка «отлично»** выставляется студенту, который набрал в сумме 15 баллов (выполнил все задания на эталонном уровне). Обязательным условием является выполнение всех предусмотренных в течение семестра практических заданий.

**Оценка «хорошо»** выставляется студенту, который набрал в сумме от 10 до 14 баллов при условии выполнения всех заданий на уровне не ниже продвинутого. Обязательным условием является выполнение всех предусмотренных в течение семестра практических заданий.

**Оценка «удовлетворительно»** выставляется студенту, который набрал в сумме от 5 до 9 баллов при условии выполнения всех заданий на уровне не ниже порогового. Обязательным условием является выполнение всех предусмотренных в течение семестра практических заданий.

**Оценка «неудовлетворительно»** выставляется студенту, который набрал в сумме менее 5 баллов или не выполнил всех предусмотренных в течение семестра практических заданий.

### 3 ПАСПОРТ ОЦЕНОЧНЫХ МАТЕРИАЛОВ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

п/п	Контролируемые разделы (темы) дисциплины	Код контролируемой компетенции (или её части)	Вид, метод, форма оценочного мероприятия
	Рынок ИКТ.	ПК-2	экзамен
	Информационные продукты и услуги.	ПК-2	экзамен
	Ценообразование для информационных продуктов и услуг.	ПК-2	экзамен
	Технологии производства интеллектуального продукта.	ПК-2	экзамен
	Интернациональные участники рынка и их влияние на потребителя.	ПК-2	экзамен
	Источники доходов онлайн-СМИ.	ПК-2	экзамен
	Методы прогнозирования и оценок, Прогноз и анализ рынков ИКТ.	ПК-2	экзамен
	Организация продаж.	ПК-2	экзамен
	Построение системы продаж.	ПК-2	экзамен
0	План продаж и команда отдела продаж.	ПК-2	экзамен
	Повышение продаж путем	ПК-2	экзамен



1	оптимизации бизнес-процессов компании.		
2	Измерение показателей, Самооценка и улучшения.	ПК-2	экзамен
3	Методы для уяснения сути проблемы.	ПК-2	экзамен

#### 4 ТИПОВЫЕ КОНТРОЛЬНЫЕ ЗАДАНИЯ ИЛИ ИНЫЕ МАТЕРИАЛЫ

Код компетенции	Результаты освоения ОПОП Содержание компетенций
ПК-2	проведение исследования и анализа рынка информационных систем и информационно-коммуникативных технологий

1. Что такое информационный продукт?

а+) совокупность данных, сформированная производителем для распространения в вещественной или невещественной форме;

б) документы и массивы документов в информационных системах;

с) документы в цифровой форме носящие информационный характер;

д) Продукция передаваемая по каналам цифровой связи.

2. Что такое ретроспективный поиск информации?

а+) услуга - целенаправленный по заявке пользователя поиск информации в базе данных и пересылка результатов либо по почте в виде распечаток, либо по электронной почте в виде файла;

б) поиск и фильтрация архивной информации ;

с) разновидность информационного продукта;

д) составление отчета по данным баз научно технической информации.

3. Что не является основным компонентом цены информационных продуктов (услуг)?

а) прирост прибыли (экономии) пользователя в результате применения продукта;

б) отсутствие материального износа в процессе потребления и возможность существенного расширения круга пользователей;

с) стоимость приобретения аналогичного продукта у конкурента;

д+) отсутствие конкурентов в данном регионе.

4. Какой один из факторов влияет на качество информационных продуктов?

а) Рейтинг производителя;

б+) квалификации производителя информационных продуктов;

с) качество работы канала передачи данных.

5. К какому признаку классификации относится вид услуг «Индивидуальные услуги»?

а) По социальной значимости;

б+) По формам представления;

с) По цели приобретения.

6. STEP-анализ это?

а) пошаговый анализ деятельности торговой организации;

б+) анализ развития организации по четырем группам факторов, влияющих на управление организацией: экономический, политический, социальный и технологический;

- с) последовательная оценку целей предприятия по совокупности критериев, расположенных в матричной форме;
- д) аналитическое обобщение мнений и позиций группы экспертов.

7. Принимает ли товарную форму закрытая внутренняя информация, имеющая конфиденциальный характер?

- а) Да;
- б) Нет;
- с) Нет, данные действия являются уголовно наказуемыми;
- д+) Да если предлагаемая на продажу информация получена в результате хищения.

8. Какие действия приводят к снижению ущерба информационной безопасности рынка ИКТ?

- а+) Увеличение инвестиций (или объема рынка ИКТ) в отечественную индустрию ИКТ;
- б) Увеличение доли иностранных компаний на рынке ИКТ;
- с) Оптимизация отечественных компаний в сфере работающих в сфере ИКТ.

9. Что не является компонентом технологий для производства информационных продуктов?

- а) Сбор данных или первичной информации;
- б+) информационная услуга;
- с) обработка данных и получение результатной информации;
- д) Передача результатной информации для принятия на ее основе решений.

10. Что представляет собой Метод Дельфи.

- а+) аналитическое обобщение мнений и позиций группы экспертов;
- б) Экспертная оценка с привлечением экспертов работающих в данной области;
- с) Метод программирования на одноименном языке программирования;
- д) одно итерационное обобщение экспертного мнения.

11. SWOT-анализ это?

- а) пошаговый анализ деятельности торговой организации;
- б+) а комплексном рассмотрении внешних и внутренних факторов, а также угроз и преимуществ, влияющих на деятельность компании;
- с) последовательная оценку целей предприятия по совокупности критериев, расположенных в матричной форме;
- д) аналитическое обобщение мнений и позиций группы экспертов.

12. Какое условие является «успехом» продаж ?

- а+) бесперебойные поставки товара в магазин;
- б) наличие конкуренции;
- с) отсутствие конкуренции;
- д) существенные капиталовложения в бизнес;

13. Совершенствование текущего процесса это?

- а) Первичный бизнес процесс;
- б+) вторичный бизнес процесс;

14. Что такое цикл Демминга?

- а+) Цикл Деминга описывает управление обратной связью, которое демонстрирует общий подход к непрерывному совершенствованию;
- б) Фазы развития торговой компании;

с) процессы протекающие при совершении продаж.

15. «Мягкая» мера показателей это?

- а) Чистые факты, которые можно измерить непосредственно;
- б+) Показатели, которые требуется мерить косвенно;
- с) Иерархические показатели.

16. «Твердая» мера показателей это?

- а+) Чистые факты, которые можно измерить непосредственно;
- б) Показатели, которые требуется мерить косвенно;
- с) Индикаторы-заменители.

17. Что не является диагностической мерой?

- а) точность доставки;
- б) гибкость доставки;
- с) качество продукции;
- д+) рыночная ниша

18. Что не применяют для интерпретации результатов измерений, например, для определения при-

оритетов для усилий по совершенствованию:

- 1). Анализ трендов;
- 2). Диаграмма «паутина»;
- 3). Матрица показателей;
- 4+) Индикаторы-заменители.

### **Типовые задания для практической и самостоятельной работы**

#### **Задание 1**

Сформировать аналитический обзор сектора ИКТ рынка.

#### **Критерии выполнения задания**

Задание считается выполненным, если: обучающийся на основе анализа информации из сети Интернет выявил ключевых игроков в сегменте ИКТ рынка, построил примерную структуру ИТ рынка, составил зависимость роста объемов сектора ИКТ за период не менее двух лет и сформировал выводы по работе.

#### **Задание 2**

Сформирование ICT Development Index.

#### **Критерии выполнения задания**

Задание считается выполненным, если: обучающийся на основе анализа информации из сети Интернет составил таблицу с перечнем ключевых информационно-коммуникационных технологий в странах мира (не менее семи технологий) а указал индекса развития.

#### **Задание 3**

Сформировать аналитический обзор рынка ИТ и телекоммуникаций.

#### **Критерии выполнения задания**

Задание считается выполненным, если: обучающийся на основе анализа информации из сети Интернет сформировал отчет в виде презентации в которой отразил:

состав основных представителей рынка ИТ и телекоммуникаций и показал долю рынка на период не менее 2х лет и примерный объем прибыли.

#### **Задание 4**

Составление презентации рекламирующей товар.

#### ***Критерии выполнения задания***

Задание считается выполненным, если: обучающийся составил презентацию с рекламой выбранного товара.

#### **Задание 5**

Анализ целесообразности представление туристского потенциала субъектов Российской Федерации на российском и международном туристском рынке

#### ***Критерии выполнения задания***

Задание считается выполненным, если: обучающийся на основе анализа информации из сети для одного из сайтов субъектов Российской Федерации собрал сведения:

- наличие сайтов представителей туристических компаний;
- оформление, дизайн и удобство в поиске информации на сайте;
- скорость загрузки страниц сайтов.

А также составил краткий перечень положительных и отрицательных моментов выбранных сайтов с точки зрения потенциального потребителя услуги.

#### **Задание 6**

Проанализировать возможности интернета для продвижения объектов недвижимости и услуг агентств недвижимости

#### ***Критерии выполнения задания***

Задание считается выполненным, если студент составил таблицу рейтингов сайтов агенств по продаже недвижимости. Таблица должна содержать следующие рейтинги с оценкой по пяти бальной шкале (от единицы совершенно неприемлемо, до пять очень хорошо) с точки зрения потребителя:

- 1.Спектр предоставляемой продукции;
- 2.Полнота описания продукции;
- 3.Простота использования сайта;
- 2.Дизайн сайтов;
- 3.Скорость загрузки информации и страниц;
- 4.Уровень конкуренции среди сайтов на конкретном сегменте рынка конкурентов.
- 7.Возможность найти сайт с использованием интернет поисковиков.

#### **Задание 5**

Составление презентации на тему Интернет вещей.

#### ***Критерии выполнения задания***

Задание считается выполненным если студент предоставил презентацию на тему интернет вещей с выбранным товаром.

#### **Задание 7**

Установление контакта при переговорах.

#### ***Критерии выполнения задания***

Работа считается выполненной если студент рассмотрел рекомендации по ведению переговоров и предоставил краткий конспект материала.

### ***Задание 8***

Способы увеличения продаж

#### ***Критерии выполнения задания***

Работа считается выполненной если студент рассмотрел рекомендации по способам и идеям увеличения продаж и предоставил краткий конспект материала.

### ***Задание 9***

Бизнес идеи

#### ***Критерии выполнения задания***

Работа считается выполненной если студент изучил нестандартные бизнес идеи повышающие продажи и предоставил отчет о проделанной работе.

### ***Задание 10***

Воронка продаж

Работа считается выполненной если студент ознакомился с механизмами формирования воронки продаж и предоставил отчет с рекомендациями расширения воронки продаж.

### ***Задание 11***

Привлечение клиентов

#### ***Критерии выполнения задания***

Работа считается выполненной если студент изучил рекомендации по привлечению клиентов предоставил отчет о проделанной работе.

### ***Задание 12***

Планирование в отделе продаж

#### ***Критерии выполнения задания***

Работа считается выполненной если студент изучил рекомендации по планированию в отделе продаж и предоставил отчет о проделанной работе.

### ***Задание 13***

Составление плана продаж компании работающей в сфере ИКТ. Объемы, ресурсы и вид деятельности компании выбирается согласно варианту задания.

#### ***Критерии выполнения задания 1***

Задание считается выполненным, если: обучающийся предоставил отчет с планированием объема продаж и требуемыми для этого ресурсами, а также ответил на следующие вопросы:

- Какие цели преследуют инвесторы или руководство?
- Видит ли отдел маркетинга достаточное количество потенциальных клиентов на рынке?

Есть ли у него планы продвижения продукции в соответствующих сегментах рынка?

- Есть ли нужные каналы продаж?
- Насколько планы по завоеванию определенной доли рынка соответствуют финансовым ресурсам и динамике продаж компании?

### ***Задание 14***

Анализ бизнес-процессов компании

#### ***Критерии выполнения задания***

Работа считается выполненной если студент изучил предоставил диаграмму взаимодействия выбранной бизнес компании.

### **Задание 15**

Составить рейтинг торговых интернет площадок

#### **Критерии выполнения задания 5**

Задание считается выполненным, если студент составил таблицу рейтинга не менее пяти торговых интернет площадок. Таблица должна содержать следующие поля с оценкой по пяти бальной шкале (от единицы совершенно неприемлемо, до пять очень хорошо) с точки зрения потребителя:

- 1.Дизайн;
- 2.Наличие сведений о компании;
- 3.Способ представления товаров потребителю;
- 2.Информация по гарантийным обязательствам;
- 3.Скорость загрузки информации и страниц;
- 4.Удобство сравнения различных товаров;
- 7.Полнота информации о товаре.

### **Задание 16**

Выявить идеи на сайтах конкурентов повышающих продажи.

#### **Критерии выполнения задания 5**

Задание считается выполненным, если студент предоставил отчет в котором произведено сравнение сайтов конкурентов (не менее 3) в одной товарной нише и выявлены особенности которые потенциально заинтересуют покупателя

## **Вопросы к экзамену по дисциплине**

- 1) Что такое рынок информационно-коммуникационных технологий (ИКТ). ИКТ-рынок в мире. Влияние рынка ИКТ на информационную безопасность государства.
- 2) Информационно-коммуникационные технологии (ИКТ). Термины: «информация», «знание», «инновация». Правовое регулирование на информационном рынке.
- 3) Классификация бизнес информации. Внешняя информация. Виды информации, принимающие товарную форму.
- 4) Классификация бизнес информации. Внутренняя информация. Источники бизнес информации.
- 5) Термины: «информационные ресурсы», «информационный продукт», «информационная услуга», «база данных». Классификация информационных продуктов и услуг.
- 6) Основные виды информационных услуг.
- 7) Условное разделение рынка информационных продуктов и услуг на сектора.
- 8) Факторы оказывающие влияние на цену информационного продукта. Растяннутость потребления во времени. Растяннутость потребления в пространстве.
- 9) Аспекты, влияющие на практическое определение цены. Методика практического определения цены информационного продукта, ориентированного на массового потребителя.
- 10) Что такое форсайт. Сущность форсайта.
- 11) Метод экспертных оценок, метод мозгового штурма.
- 12) Метод Делфи.
- 13) Метод построение сценариев.
- 14) SWOT-анализ, STEP-анализ, SMART-анализ.

- 15) Сущность дорожного картирования.
- 16) Определение бизнес-процесса. Первичные процессы. Развивающие процессы.
- 17) Классификация бизнес-процессов. Поддерживающие процессы.
- 18) Модель совершенствования показателей.
- 19) Документирование процесса.
- 20) Картирование взаимосвязей, блок-схема процесса.
- 21) Измерение показателей.
- 22) Виды мер для показателей.
- 23) Самооценка и улучшение планирования. Определение понятия самооценки.
- 24) Анализ трендов. Диаграмма «паутина». Матрица показателей.
- 25) Методы понимания проблемы. Выявление критического инцидента.
- 26) Контрольный листок. Диаграмма Парето.
- 27) Цель компании, ресурсы. Технологии и стандарты.
- 28) Оптимизация структуры продаж. Внедрение разработанных схем и стандартов, и мониторинг их эффективности.
- 29) План продаж и его разработка.
- 30) Привлечение клиентов, наращивание клиентской базы.
- 31) Воронка продаж.

#### **Типовые задачи для экзамена по дисциплине**

Задание 1. Пояснить тренды развития ИКТ рынка в России используя аналитические отчеты.

Задание 2. Пояснить индекс развития информационно-коммуникационных технологий в странах мира (ICT Development Index) используя аналитические отчеты.

Задание 3. По аналитическим отчетам выявить лидеров, а также изменение на лидирующих позициях в сфере ИТ и телекоммуникаций за последние периоды времени (пояснить тенденции).

Задание 4. Пояснить роль интерактивных материалов в интернет маркетинге на примере сайтов онлайн магазинов. Пояснить слабые и сильные стороны выбранных сайтов с точки зрения покупателя .

Задание 5. Объяснить тренд «Интернет вещей» и его влияние на развитие рынка ИКТ.