

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»

ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ

по дисциплине

Б1.В.ДВ.03.01 «Рынки информационно-коммуникационных технологий»

Направление подготовки
38.03.05 – «Бизнес-информатика»

Направленность (профиль) подготовки
«Бизнес-информатика»

Уровень подготовки - бакалавриат

Квалификация выпускника – бакалавр

Формы обучения – очная

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:

<i>Шкала оценивания</i>	Критерий
<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:

<i>Шкала оценивания</i>	Критерий
<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</i>	выставляется студенту, который дал неполный ответ на

<i>(пороговый уровень)</i>	вопрос в билете и смог ответить на дополнительные вопросы только с помощью преподавателя
<i>0 баллов</i>	выставляется студенту, который не смог ответить на вопрос

Описание критериев и шкалы оценивания практического задания:

Шкала оценивания	Критерий
<i>3 балла</i> <i>(эталонный уровень)</i>	Задача решена верно
<i>2 балла</i> <i>(продвинутый уровень)</i>	Задача решена верно, но имеются неточности в логике решения
<i>1 балл</i> <i>(пороговый уровень)</i>	Задача решена верно, с дополнительными наводящими вопросами преподавателя
<i>0 баллов</i>	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
	Влияние рынка информационно-коммуникационных технологий на информационную безопасность России	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
	План продаж и команда отдела	ПК-2	экзамен

0	продаж.		
1	Повышение продаж путем оптимизации бизнес-процессов компании.	ПК-2	экзамен
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 не вещественной 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 агентств 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.Полнорта 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. Растянность потребления во времени. Растянность 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.