

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

**«Рынки информационно-коммуникационных технологий и
программного обеспечения»**

Направление подготовки
02.03.03 Математическое обеспечение и администрирование
информационных систем

Направленность (профиль) подготовки
Математическое обеспечение и администрирование информационных систем

Квалификация выпускника – бакалавр

Форма 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 ОПОП.

Основная задача – обеспечить оценку уровня сформированности общекультурных, общепрофессиональных и профессиональных компетенций.

Контроль знаний обучающихся проводится в форме промежуточной аттестации.

Промежуточная аттестация проводится в форме зачета.

2. ПАСПОРТ ФОНДА ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

№ п/п	Контролируемые разделы (темы) дисциплины (результаты по разделам)	Код контролируемой компетенции (или её части)	Наименование оценочного мероприятия
1	Тема 1. Рынок ИКТ	ПК-7.1, ПК-7.2, ПК-8.1, ПК-8.2	зачет
2	Тема 2. Информационные продукты и услуги	ПК-7.1, ПК-7.2, ПК-8.1, ПК-8.2	зачет
3	Тема 3. Ценообразование для информационных продуктов и услуг	ПК-7.1, ПК-7.2, ПК-8.1, ПК-8.2	зачет
4	Тема 4. Характеристика рынка программного обеспечения	ПК-7.1, ПК-7.2, ПК-8.1, ПК-8.2	зачет
5	Тема 5. Технологии производства интеллектуального продукта	ПК-7.1, ПК-7.2, ПК-8.1, ПК-8.2	зачет
6	Тема 6. Модели ПО	ПК-7.1, ПК-7.2, ПК-8.1, ПК-8.2	зачет
7	Тема 7. Характеристики качества программного обеспечения	ПК-7.1, ПК-7.2, ПК-8.1, ПК-8.2	зачет
8	Тема 8. Экономическая эффективность программного изделия	ПК-7.1, ПК-7.2, ПК-8.1, ПК-8.2	зачет

3. ОПИСАНИЕ ПОКАЗАТЕЛЕЙ И КРИТЕРИЕВ ОЦЕНИВАНИЯ КОМПЕТЕНЦИЙ

Сформированность каждой компетенции 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:

а) описание критериев и шкалы оценивания тестирования:

Шкала оценивания	Критерий
3 балла (эталонный уровень)	уровень усвоения материала, предусмотренного программой: процент верных ответов на тестовые вопросы от 85 до 100%

Шкала оценивания	Критерий
2 балла (продвинутый уровень)	уровень усвоения материала, предусмотренного программой: процент верных ответов на тестовые вопросы от 75 до 84%
1 балл (пороговый уровень)	уровень усвоения материала, предусмотренного программой: процент верных ответов на тестовые вопросы от 60 до 74%
0 баллов	уровень усвоения материала, предусмотренного программой: процент верных ответов на тестовые вопросы от 0 до 59%

б) описание критериев и шкалы оценивания теоретического вопроса:

Шкала оценивания	Критерий
3 балла (эталонный уровень)	выставляется студенту, который дал полный ответ на вопрос, показал глубокие систематизированные знания, смог привести примеры, ответил на дополнительные вопросы преподавателя.
2 балла (продвинутый уровень)	выставляется студенту, который дал полный ответ на вопрос, но на некоторые дополнительные вопросы преподавателя ответил только с помощью наводящих вопросов.
1 балл (пороговый уровень)	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

в) 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 технические неточности в расчетах
1 балл (пороговый уровень)	Задача решена верно, с дополнительными наводящими вопросами преподавателя
0 баллов	Задача не решена

На *зачет* выносятся тест, два теоретических вопроса и 1 практическое задание. Максимально студент может набрать 15 баллов. Итоговый суммарный балл студента, полученный при прохождении промежуточной аттестации, переводится в традиционную форму по системе «зачтено» и «не зачтено».

Оценки «зачтено» заслуживает обучающийся, продемонстрировавший полное знание материала изученной дисциплины, усвоивший основную литературу, рекомендованную рабочей программой дисциплины; показавший систематический характер знаний по дисциплине, ответивший на все вопросы билета или допустивший погрешности в ответах на вопросы, но обладающий необходимыми знаниями для их устранения под руководством преподавателя.

Дополнительным условием получения оценки «зачтено» могут стать успехи при выполнении лабораторных работ, систематическая активная работа на лабораторных работах.

Оценка «зачтено» выставляется студенту, набравшему 8 и более баллов при промежуточной аттестации.

Оценка «не зачтено» выставляется студенту, набравшему менее 8 баллов при промежуточной аттестации.

4. ТИПОВЫЕ КОНТРОЛЬНЫЕ ЗАДАНИЯ ИЛИ ИНЫЕ МАТЕРИАЛЫ

4.1. Промежуточная аттестация (зачет)

ПК-7: Способен осуществлять концептуальное, функциональное и логическое проектирование информационных систем
ПК-7.1. Анализирует проблемную ситуацию заинтересованных лиц

Знать

инструменты и методы работы с заинтересованными лицами, основы системного мышления и научной теории

Уметь

разрабатывать технико-экономическое обоснование, анализировать проблемную ситуацию с учетом требований заинтересованных лиц

Владеть

навыками работы с инструментами и методами системного анализа

а) типовые тестовые вопросы закрытого типа:

1. Какие рынки называют ИКТ – рынками:

- а) **совокупность рынков, где объектами реализации являются информационно-коммуникационные технологии (ИКТ) в той или иной форме;**
- б) совокупность рынков, где объектами реализации не фигурируют отдельные информационно-коммуникационные технологии (ИКТ) в той или иной форме;
- в) совокупность рынков, где объектами реализации фигурируют ИТ-услуги;
- г) все ответы верные.

2. Что такое информационный продукт?

- а) **совокупность данных, сформированная производителем для распространения в вещественной или невещественной форме;**
- б) документы и массивы документов в информационных системах;
- в) документы в цифровой форме, носящие информационный характер;
- г) продукция, передаваемая по каналам цифровой связи.

3. 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;
- в) разновидность информационного продукта;
- г) составление отчета по данным баз научно-технической информации.

4. Угрозой информационной безопасности рынка ИКТ могут выступать:

- а) вытеснение с отечественного рынка российских производителей средств информатизации, телекоммуникации и связи;
- б) противодействие доступу РФ к новейшим информационным технологиям, создание условий для усиления технологической зависимости в области современных информационных технологий;
- в) увеличение оттока за рубеж специалистов и правообладателей интеллектуальной собственности;
- г) закупка органами государственной власти импортных средств информатизации, телекоммуникации и связи, в которых могут быть различные закладки и вредоносные программы;
- д) **все вышеперечисленное.**

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

- а) рейтинг производителя;
- б) **квалификации производителя информационных продуктов;**
- в) качество работы канала передачи данных.

6. К какому признаку классификации относится вид услуг «Индивидуальные услуги»?
- а) по социальной значимости;
 - б) по формам представления;**
 - в) по цели приобретения.
7. Принимает ли товарную форму закрытая внутренняя информация, имеющая конфиденциальный характер?
- а) да;
 - б) нет;
 - в) нет, данные действия являются уголовно наказуемыми;
 - г) 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.

б) типовые тестовые вопросы открытого типа:

1. Серверы, внешние устройства, системы хранения данных, комплектующие относятся к такой структуре ИКТ-рынков, как _____.
Ответ: оборудование.
2. Приложения для разработки и поддержки решений, пользовательские приложения относятся к такой структуре ИКТ-рынков, как _____.
Ответ: программное обеспечение.
2. IT-поддержка и обслуживание, обучение и образование в области IT относятся к такой структуре ИКТ-рынков, как _____.
Ответ: IT-услуги.
4. Рынок программного обеспечения возрастает благодаря _____.
Ответ: импортозамещению.
5. _____ - консультации, которые направлены на развитие любой компании путем анализа, планирования и развития информационных технологий, систем и IT-сервисов в рамках ее бизнес-процессов.
Ответ: IT-консалтинг.
6. _____ - предоставление услуг поддержки систем в сфере IT-технологий.
Ответ: IT-аутсорсинг.

7. Привлекательность рынка характеризуется _____, по которым компания принимает решение о работе на данном рынке.

Ответ: набором показателей.

в) типовые практические задания:

Задание 1

Сформировать аналитический обзор сектора ИКТ рынка.

Критерии выполнения задания 1

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

Задание 2

Сформировать ICT Development Index.

Критерии выполнения задания 2

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) и указал индекс развития.

Задание 3

Сформировать аналитический обзор рынка ИТ и телекоммуникаций.

Критерии выполнения задания 3

Задание считается выполненным, если: обучающийся на основе анализа информации из сети Интернет сформировал краткий отчет, в котором отразил: состав основных представителей рынка ИТ и телекоммуникаций, показал долю рынка на текущий период и примерный объем прибыли.

ПК-7: Способен осуществлять концептуальное, функциональное и логическое проектирование информационных систем
ПК-7.2. Разрабатывает концепцию системы, техническое задание на систему
Знать основные требования к современным информационным системам, концепцию формирования технического задания
Уметь формировать концепцию и требования к информационной системе
Владеть практическим опытом описания системного контекста и границ системы, ее ключевых свойств и ограничений; общих требований к системе, выделения подсистем системы

а) типовые тестовые вопросы закрытого типа:

1. Что представляет собой Метод Дельфи?
 - а) аналитическое обобщение мнений и позиций группы экспертов;
 - б) экспертная оценка с привлечением экспертов, работающих в данной области;
 - в) метод программирования на одноименном языке программирования;
 - г) одно итерационное обобщение экспертного мнения.
2. Какое условие является «успехом» продаж?

- а) **бесперебойные поставки товара в магазин;**
- б) наличие конкуренции;
- в) отсутствие конкуренции;
- г) существенные капиталовложения в бизнес;

3. Совершенствование текущего процесса это?

- а) первичный бизнес-процесс;
- б) **вторичный бизнес-процесс;**

4. Что такое цикл Демминга?

- а) **цикл Деминга описывает управление обратной связью, которое демонстрирует общий подход к непрерывному совершенствованию;**
- б) фазы развития торговой компании;
- в) процессы, протекающие при совершении продаж.

5. «Мягкая» мера показателей это?

- а) чистые факты, которые можно измерить непосредственно;
- б) **показатели, которые требуется мерить косвенно;**
- в) иерархические показатели.

6. «Твердая» мера показателей это?

- а) **чистые факты, которые можно измерить непосредственно;**
- б) показатели, которые требуется мерить косвенно;
- в) индикаторы-заменители.

7. Что не является диагностической мерой?

- а) точность доставки;
- б) гибкость доставки;
- в) качество продукции;
- г) **рыночная ниша.**

б) типовые тестовые вопросы открытого типа:

1. Первым этапом работ по организации работ по прогнозированию динамики рынков ИКТ является _____?

Ответ: определение круга исполнителей.

2. Основным показателем для расчета текущей емкости рынка является _____.

Ответ: общий объем продаж.

3. Для анализа конкурентной ситуации на рынке с целью определения угроз, возможностей достижения преимущества перед конкурентами, определения уровня концентрации конкурентов возможно использовать модель М. Портера, которая называется _____.

Ответ: пять сил конкуренции.

4. Процесс деления рынка на относительно однородные группы потребителей, со сходными потребностями называется _____.

Ответ: сегментирование.

5. _____ - процесс развития продаж товара и получения прибыли, начиная от выведения его на рынок и заканчивая уходом с рынка.

Ответ: жизненный цикл товара.

6. Активная рекламная кампания и другие мероприятия по продвижению продукта проводится на этапе _____ жизненного цикла товара.

Ответ: вывода на рынок.

7. На этапе упадка жизненного цикла товара, когда продукт перестал приносить прибыль, рассматривается вариант _____.

Ответ: вывода из ассортимента.

в) типовые практические задания:

Задание 1

Проведите маркетинговый анализ компании на основе количественных методов анализа рынков ИКТ.

Критерии выполнения задания 1

Задание считается выполненным, если: обучающийся провел маркетинговый анализ компании на основе количественных методов, сделал соответствующие выводы.

Задание 2

Проведите маркетинговый анализ компании на основе качественных методов анализа рынка ИКТ.

Критерии выполнения задания 2

Задание считается выполненным, если: обучающийся провел маркетинговый анализ компании на основе качественных методов, сделал соответствующие выводы.

Задание 3

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

Критерии выполнения задания 3

Задание считается выполненным, если: обучающийся предоставил отчет с планированием объема продаж и требуемыми для этого ресурсами.

ПК-8: Способен учитывать знания проблем и тенденций развития рынка ПО в профессиональной деятельности
--

ПК-8.1. Проводит анализ рынка программного обеспечения и научно-технической информации

Знать

проблемы и тенденции развития рынка программного обеспечения.

Уметь

использовать знания проблем и тенденций развития рынка ПО в своей профессиональной деятельности.

Владеть

практическим опытом рыночной оценки конкретного программного продукта.

а) типовые тестовые вопросы закрытого типа:

1. К какому виду информации нужно отнести сведения о составе и затратах трудовых, материальных финансовых и иных видов ресурсов на рынке ИКТ?

а) экономическая информация;

б) технологическая информация;

в) справочная информация;

г) управленческая информация.

2. Как называют совокупность свойств и характеристик информационных продуктов и услуг, обуславливающих способность удовлетворять установленные или предполагаемые потребности покупателей?
- а) качеством информационных продуктов;
 - б) количеством информационных продуктов;
 - в) **показателем функциональной пригодности;**
 - г) показателем совместимости.
3. Как определить сегмент рынка ИКТ для реализации информационного продукта?
- а) часть рынка ИКТ, на котором реализуется определенная группа товаров.
 - б) часть рынка ИКТ, на котором реализуется весь товар предприятия.
 - в) рынок ИКТ, на котором предприятие имеет свою торговую сеть.
 - г) **группа потребителей, одинаково реагирующих на предлагаемый информационный продукт и маркетинговые действия.**
4. В чем заключаются географические характеристики при сегментировании рынка ИКТ?
- а) помогают определить границы целевого рынка по возрасту, уровню образования;
 - б) **помогают определить область, которую вы планируете обслуживать с помощью своего товара или услуги;**
 - в) помогают определить стиль жизни и характер покупателя;
 - г) позволяют понять основную модель выбора и покупки товара на рынке.
5. Оптимально возможная окончательная цена должна:
- а) **полностью возмещать все издержки сбыта товара;**
 - б) **обеспечивать получение определённой нормы прибыли;**
 - в) не должна быть округленной до целого числа;
 - г) полностью возмещать все издержки, обеспечивать получение определённой нормы прибыли, вписываться в бюджет потребителя.
6. Политика максимальной возможной начальной цены с ее постепенным снижением в новых бизнес-проектах, применяемой к новым товарам, называется:
- а) политика «нового товара»;
 - б) политика «максимальной прибыли»;
 - в) **политика «снятия сливок».**
7. Максимальный размер цены ИКТ продукта определяется:
- а) предложением;
 - б) **спросом;**
 - в) наличием продукта;
 - г) качеством продукта.
8. 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.**
9. Что не применяют для интерпретации результатов измерений, например, для определения приоритетов для усилий по совершенствованию:
- а) анализ трендов;

- б) диаграмма «паутина»;
- в) матрица показателей;
- г) **индикаторы-заменители.**

б) типовые тестовые вопросы открытого типа:

1. Первым этапом процесса и организации исследований является _____.
Ответ: определение проблемы.
2. Одной из основных функций службы маркетинга компании при продажах ИКТ продукции является _____.
Ответ: мотивация организации продаж.
3. Прогноз изменения макросреды выполняется по составляющим _____ - анализа.
Ответ: PEST.
4. Опрос экспертов относится к _____ методам прогнозирования.
Ответ: качественным.
5. Регрессионный анализ относится к _____ методам прогнозирования.
Ответ: количественным.
6. Вероятностный подход, предполагающий прогнозирование возможных исходов и присвоение им вероятностей называется _____.
Ответ: метод сценариев.
7. Представление собранной информации в виде многомерных «кубов», где их оси координат представляют собой объекты измерения, а в ячейках помещаются показатели - _____ - технологии?
Ответ: OLAP.

в) типовые практические задания:

Задание 1

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

Критерии выполнения задания 1

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.

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

Задание 2

Проанализировать возможности интернета для продвижения объектов недвижимости и услуг агентств недвижимости.

Критерии выполнения задания 2

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.
4. Дизайн сайтов.
5. Скорость загрузки информации и страниц;
6. Уровень конкуренции среди сайтов на конкретном сегменте рынка.

конкурентов.

7. Возможность найти сайт с использованием поисковых систем.

Задание 3

Составить рейтинг торговых интернет-площадок.

Критерии выполнения задания 3

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.
4. Информация по гарантийным обязательствам.
5. Скорость загрузки информации и страниц.
6. Удобство сравнения различных товаров.
7. Полнота информации о товаре.

ПК-8: Способен учитывать знания проблем и тенденций развития рынка ПО в профессиональной деятельности
ПК-8.2. Выбирает из доступных на рынке оптимальные программные средства для решения конкретных задач
Знать рынок программного обеспечения Уметь выбирать свободно распространяемые аналоги коммерческого ПО для решения конкретных задач Владеть навыками выбора оптимальных программных средств для решения поставленной задачи

1. Какие аналитические компании анализируют ИКТ-рынки?
 - а) **Gartner;**
 - б) **РУССОФТ;**
 - в) РИМ;
 - г) **TAdviser;**
 - д) ClearVoice.
2. В целях отслеживания прогресса в развитии ИКТ в мире, существует инструмент сопоставительного анализа для измерения информационного общества. Это ..
 - а) **индекс развития ИКТ;**
 - б) корзина цен на услуги ИКТ;
 - в) уровень занятости в сфере ИКТ.
3. Информационные системы управления (ИСУ) применяются на:
 - а) **оперативном уровне управления;**
 - б) тактическом уровне управления;
 - в) стратегическом уровне управления.

4. Системы поддержки принятия решений (СППР) применяются на:
- а) оперативном уровне управления;
 - б) тактическом уровне управления;**
 - в) стратегическом уровне управления.
5. Какие признаки сегментации нужно применить компьютерной фирме, предлагающей компьютерные игры для различных возрастных групп?
- а) психографические признаки;
 - б) демографические признаки;**
 - в) географические признаки;
 - г) поведенческие признаки.
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;**
 - в) последовательная оценку целей предприятия по совокупности критериев, расположенных в матричной форме;
 - г) аналитическое обобщение мнений и позиций группы экспертов.
7. SWOT-анализ это?
- а) пошаговый анализ деятельности торговой организации;
 - б) комплексное рассмотрение внешних и внутренних факторов, а также угроз и преимуществ, влияющих на деятельность компании;**
 - в) последовательная оценку целей предприятия по совокупности критериев, расположенных в матричной форме;
 - г) аналитическое обобщение мнений и позиций группы экспертов.

б) типовые тестовые вопросы открытого типа:

1. Сбор первичной и вторичной информации относится к этапу _____?
Ответ: сбора информации.
2. ____ - системы – прикладное программное обеспечение, предназначенное для автоматизации бизнес-процессов взаимодействия с клиентами.
Ответ: CRM.
3. Преимущественно информационное электронное взаимодействие характерно для организации продаж _____.
Ответ: G2B.
4. Метод _____ позволяет клиенту получить доступ к программному обеспечению через интернет-облако.
Ответ: SaaS.
5. Передача определенных функций, связанных с созданием продукта при участии круга лиц на основании публичной оферты, не подразумевающей заключение трудового договора называется _____.
Ответ: краудсорсинг.

6. Передача стороннему подрядчику некоторых бизнес-функций предприятия называется _____.

Ответ: аутсорсинг.

7. Для контроля эффективности интернет-продаж эффективно использовать _____.

Ответ: воронку продаж.

в) типовые практические задания:

Задание 1

Сформировать воронку продаж.

Критерии выполнения задания 1

Задание считается выполненным, если студент ознакомился с механизмами формирования воронки продаж и предоставил отчет с рекомендациями расширения воронки продаж.

Задание 2

Охарактеризуйте следующие решения в области ИТ: системы принятия решений (BI), системы управления ресурсами (ERP), системы работы с клиентами (CRM), системы коллективной работы и управления знаниями (IW), системы управления проектами (EPM).

Критерии выполнения задания 2

Задание считается выполненным, если студент составил анализ информационных систем с указанием положительных и отрицательных сторон.

Задание 3

Опишите сервисы для продвижения товаров и услуг компании в сети Интернет

Критерии выполнения задания 3

Задание считается выполненным, если студент основе анализа информации из сети Интернет выявил сервисы для продвижения товаров и услуг компании в сети Интернет и сформировал выводы по работе.

Типовые теоретические вопросы на зачет 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. Растянутасть потребления во времени. Растянутасть 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.