

ПРИЛОЖЕНИЕ

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»

Направление подготовки
38.03.05 Бизнес-информатика

Направленность (профиль) подготовки
Бизнес-информатика

Квалификация выпускника – бакалавр

Форма обучения – очная

Рязань

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 экзамена.

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-1.1, ПК-8.1, ПК-9.1, ПК-9.2	экзамен
2	Тема 2. Развитие рынка программного обеспечения в РФ	ПК-1.1, ПК-8.1, ПК-9.1, ПК-9.2	экзамен
3	Тема 3. Ценообразование для информационных продуктов и услуг	ПК-1.1, ПК-8.1, ПК-9.1, ПК-9.2	экзамен
4	Тема 4. Рынок экспортной разработки ПО в России	ПК-1.1, ПК-8.1, ПК-9.1, ПК-9.2	экзамен
5	Тема 5. Интеллектуальная собственность на программное обеспечение	ПК-1.1, ПК-8.1, ПК-9.1, ПК-9.2	экзамен
6	Тема 6. Модели ПО	ПК-1.1, ПК-8.1, ПК-9.1, ПК-9.2	экзамен
7	Тема 7. Характеристики качества программного обеспечения	ПК-1.1, ПК-8.1, ПК-9.1, ПК-9.2	экзамен
8	Тема 8. Экономическая эффективность программного изделия	ПК-1.1, ПК-8.1, ПК-9.1, ПК-9.2	экзамен

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 экзамен 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 «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.

4. ТИПОВЫЕ КОНТРОЛЬНЫЕ ЗАДАНИЯ ИЛИ ИНЫЕ МАТЕРИАЛЫ

4.1. Промежуточная аттестация (экзамен)

ПК-1: Способен проводить технологические исследования, разрабатывать бизнес-планы, управлять бюджетом и патентами на технологии в области ИТ-продуктов
ПК-1.1. Ставит задачи и анализирует результаты технологических исследований

Знать

методы и средства планирования и организации технологических исследований; методы обобщения результатов технологических исследований

Уметь

применять методы и средства планирования и организации технологических исследований и методы составления аналитических отчетов по результатам технологических исследований

Владеть

навыками постановки и составления плана технологических исследований, проводить анализ полученных результатов и принимать управленческие решения

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;
в) 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;**
в) обработка данных и получение результатной информации;
г) 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-8: Способен выполнять анализ требований, разработку концепции и формирование технического задания в рамках концептуального, функционального и логического проектирования систем среднего и крупного масштаба и сложности
--

ПК-8.1. Иницирует, планирует и организует исполнение работ проекта

Знать

концепцию формирования технического задания, способы планирования и организации исполнения работ проекта

Уметь

выполнять анализ требований, составлять план организации работ проекта

Владеть

навыками анализа требований, разработки технического задания и навыками планирования и организации работ проекта

а) типовые тестовые вопросы закрытого типа:

1. Что представляет собой Метод Дельфи?

- аналитическое обобщение мнений и позиций группы экспертов;**
- экспертная оценка с привлечением экспертов, работающих в данной области;
- метод программирования на одноименном языке программирования;

д) 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-9: Способен использовать соответствующий математический аппарат и базовые методы проведения научных исследований в профессиональной деятельности
--

ПК-9.1. Ставит задачи на научно-технические исследования

Знать

методы и средства планирования и организации научно-технических исследований в профессиональной деятельности
--

Уметь

планировать научно-технические исследования в профессиональной деятельности

Владеть

навыками постановки задач для организации научно-технические исследований

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-9: Способен использовать соответствующий математический аппарат и базовые методы проведения научных исследований в профессиональной деятельности
--

ПК-9.2. Анализирует результаты научно-технических исследований

Знать

методологию обобщения данных и результатов научно-технических исследований

Уметь

применять необходимые инструменты анализа и прогнозирования

Владеть

навыками использования специализированного программного обеспечения для обобщения результатов

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 экзамен по дисциплине

1. Что такое рынок информационно-коммуникационных технологий (ИКТ). ИКТ-рынок в мире. Влияние рынка ИКТ на информационную безопасность государства. (ПК-1.1, ПК-8.1, ПК-9.1, ПК-9.2).

2. Информационно-коммуникационные технологии (ИКТ). Термины: «информация», «знание», «инновация». Правовое регулирование на информационном рынке. (ПК-1.1, ПК-8.1, ПК-9.1, ПК-9.2).

3. Классификация бизнес-информации. Внешняя информация. Виды информации, принимающие товарную форму. (ПК-1.1, ПК-8.1, ПК-9.1, ПК-9.2).

4. Классификация бизнес-информации. Внутренняя информация. Источники бизнес-информации. (ПК-1.1, ПК-8.1, ПК-9.1, ПК-9.2).

5. Термины: «информационные ресурсы», «информационный продукт», «информационная услуга», «база данных». Классификация информационных продуктов и услуг. (ПК-1.1, ПК-8.1, ПК-9.1, ПК-9.2).

6. Основные виды информационных услуг. (ПК-1.1, ПК-8.1, ПК-9.1, ПК-9.2).

7. Условное разделение рынка информационных продуктов и услуг на сектора. (ПК-1.1, ПК-8.1, ПК-9.1, ПК-9.2).

8. Факторы, оказывающие влияние на цену информационного продукта. Растянность потребления во времени. Растянность потребления в пространстве. (ПК-1.1, ПК-8.1, ПК-9.1, ПК-9.2).
9. Аспекты, влияющие на практическое определение цены. Методика практического определения цены информационного продукта, ориентированного на массового потребителя. (ПК-1.1, ПК-8.1, ПК-9.1, ПК-9.2).
10. Что такое форсайт. Сущность форсайта. (ПК-1.1, ПК-8.1, ПК-9.1, ПК-9.2).
11. Метод экспертных оценок, метод мозгового штурма. (ПК-1.1, ПК-8.1, ПК-9.1, ПК-9.2).
12. Метод Делфи. (ПК-1.1, ПК-8.1, ПК-9.1, ПК-9.2).
13. Метод построения сценариев. (ПК-1.1, ПК-8.1, ПК-9.1, ПК-9.2).
14. SWOT-анализ, СТЕР-анализ, SMART-анализ. (ПК-1.1, ПК-8.1, ПК-9.1, ПК-9.2).
15. Сущность дорожного картирования. (ПК-1.1, ПК-8.1, ПК-9.1, ПК-9.2).
16. Определение бизнес-процесса. Первичные процессы. Развивающиеся процессы. (ПК-1.1, ПК-8.1, ПК-9.1, ПК-9.2).
17. Классификация бизнес-процессов. Поддерживающие процессы. (ПК-1.1, ПК-8.1, ПК-9.1, ПК-9.2).
18. Модель совершенствования показателей. (ПК-1.1, ПК-8.1, ПК-9.1, ПК-9.2).
19. Документирование процесса. (ПК-1.1, ПК-8.1, ПК-9.1, ПК-9.2).
20. Картирование взаимосвязей, блок-схема процесса. (ПК-1.1, ПК-8.1, ПК-9.1, ПК-9.2).
21. Измерение показателей. (ПК-1.1, ПК-8.1, ПК-9.1, ПК-9.2).
22. Виды мер для показателей. (ПК-1.1, ПК-8.1, ПК-9.1, ПК-9.2).
23. Самооценка и улучшение планирования. Определение понятия самооценки. (ПК-1.1, ПК-8.1, ПК-9.1, ПК-9.2).
24. Анализ трендов. Диаграмма «паутина». Матрица показателей. (ПК-1.1, ПК-8.1, ПК-9.1, ПК-9.2).
25. Методы понимания проблемы. Выявление критического инцидента. (ПК-1.1, ПК-8.1, ПК-9.1, ПК-9.2).
26. Контрольный листок. Диаграмма Парето. (ПК-1.1, ПК-8.1, ПК-9.1, ПК-9.2).
27. Цель компании, ресурсы. Технологии и стандарты. (ПК-1.1, ПК-8.1, ПК-9.1, ПК-9.2).
28. Оптимизация структуры продаж. Внедрение разработанных схем и стандартов, и мониторинг их эффективности. (ПК-1.1, ПК-8.1, ПК-9.1, ПК-9.2).
29. План продаж и его разработка. (ПК-1.1, ПК-8.1, ПК-9.1, ПК-9.2).
30. Привлечение клиентов, наращивание клиентской базы. (ПК-1.1, ПК-8.1, ПК-9.1, ПК-9.2).
31. Воронка продаж. (ПК-1.1, ПК-8.1, ПК-9.1, ПК-9.2).