

Документ подписан простой электронной подписью  
Информация о владельце:  
ФИО: Логинова Людмила Александровна  
Должность: Ректор  
Дата подписания: 28.09.2023 11:46:19  
Уникальный программный ключ:  
08d93e1a8bd7a2dfff432e734ab38e2a7ed6f238

Образовательное частное учреждение высшего образования  
**«ГУМАНИТАРНО-СОЦИАЛЬНЫЙ ИНСТИТУТ»**

УТВЕРЖДЕНО  
заседанием Ученого совета  
протокол № 7 от 27.06.2023 г.  
приказ ректора об утв. ОП ВО  
№ 01-03/70-П от 28.06.2023 г.  
Ректор Л.Ф. Логинова



**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**

**Б1.О.32 «РЫНОК ИКТ»**

Код и направление подготовки:

**38.03.05 «Бизнес-информатика»**

Направленность (профиль):

**«Информационная бизнес-аналитика»**

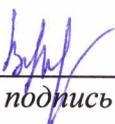
**Красково - 2023**

Рабочая программа учебной дисциплины разработана на основе Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования (далее – ФГОС ВО) по программе подготовки 38.03.05 «Бизнес-информатика».

Организация – разработчик: Образовательное частное учреждение высшего образования «Гуманитарно-социальный институт».

Разработчики:

В.П.Н., В.Н.С.  
ученая степень, звание

  
подпись

Густратов В.Ф.  
ФИО

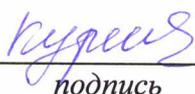
\_\_\_\_\_  
ученая степень, звание

\_\_\_\_\_  
подпись

\_\_\_\_\_  
ФИО

Рабочая программа учебной дисциплины утверждена на заседании кафедры «Общеобразовательных дисциплин» от 22.06.2023 г. протокол № 10

Заведующий кафедрой  
Д.ф.н., профессор

  
подпись

Кузнецова Т.Ф.

## Наименование дисциплины – Рынок ИКТ

### 1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

**Цель и задачи** освоения дисциплины заключаются в развитии 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.

#### Планируемые результаты обучения

Процесс освоения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

**ОПК-2** Способен проводить исследование и анализ рынка информационных систем и информационно-коммуникационных технологий, выбирать рациональные решения для управления бизнесом

Дисциплина «Рынок ИКТ» в рамках воспитательной работы направлена на формирование у обучающихся; психологической готовности к профессиональной деятельности по избранной профессии; воспитание у обучающихся уважения к труду, людям труда, трудовым достижениям и подвигам; формирование у обучающихся потребности трудиться, добросовестного, ответственного и творческого отношения к разным видам трудовой деятельности; развитие навыков высокой работоспособности и самоорганизации, гибкости, умение действовать самостоятельно, активно и ответственно, мобилизуя необходимые ресурсы, правильно оценивая смысл и последствия своих действий; коммуникативной культуры и развитие органов студенческого самоуправления; исследовательского и критического мышления у обучающихся; повышение мотивации к научно- исследовательской деятельности, интереса к науке в целом; развитие творческой культуры и эрудиции; навыков творческого применения на практике достижений научного прогресса; развитие навыков решения прикладных задач с использованием научных методов, продвижение собственных научных идей.

#### Матрица связи дисциплины Б1.О.32 «Рынок ИКТ» и компетенций, формируемых на основе изучения дисциплины, с временными этапами освоения ее содержания

Код и наименование компетенции выпускника	Код и наименование индикатора компетенции выпускника	Код индикатора компетенции выпускника	Код и наименование дескрипторов (планируемых результатов обучения выпускников)
<b>ОПК-2</b> Способен проводить исследование и анализ рынка информационных систем и информационно	<b>ОПК-2.5.</b> Выбирает и применяет рациональные решения управления бизнесом с учетом результатов анализа рынка ИС и ИКТ	<b>ОПК-2.5</b>	<b>ОПК-2.5.1</b> <i>Знать:</i> структуру рынков ИКТ; динамику развития рынков ИКТ; методы обследования различных уровней управления организацией <b>ОПК-2.5.2</b> <i>Уметь:</i> обосновывать выбор ИС и ИКТ

коммуникационных технологий, выбирать рациональные решения для управления бизнесом			для информационного обеспечения управления бизнесом; применять инструменты количественного анализа рынков ИКТ; определять требования ИС и ИКТ в соответствии с бизнес-целями; <b>ОПК-2.5.3</b> <b>Владеть:</b> навыками анализа рынка ИКТ; навыками анализа предметной области с целью последующей выработки требований к ИС и ИКТ; навыками технико-экономического обоснования проектов по совершенствованию ИТ-инфраструктуры на основе анализа рынка ИКТ
--	--	--	--

## 2. Место учебной дисциплины в структуре образовательной программы

Блок: 1. Дисциплины (модули) обязательной части ОП.

В структурной форме межпредметные связи изучаемой дисциплины указаны в соответствии с учебным планом образовательной программы по очной форме обучения.

Связь дисциплины «Рынок ИКТ» с предшествующими дисциплинами и сроками их изучения

Код дисциплины	Дисциплины, предшествующие дисциплине «Рынок ИКТ»	Семестр
Б1.О.11	Теоретические основы информатики	2
Б1.О.19	Бизнес-статистика	3
Б1.О.26	Информационные системы в экономике	4

Связь дисциплины «Рынок ИКТ» с последующими дисциплинами и сроки их изучения

Код дисциплины	Дисциплины, следующие за дисциплиной «Рынок ИКТ»	Семестр
Б2.О.03(П)	Производственная практика: технологическая (проектно-технологическая) практика	6
Б2.О.04(Пд)	Производственная практика: преддипломная практика	8

## 3. Объем дисциплины в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу

Виды учебной работы	Форма обучения	
	Очная	Очно-заочная
Порядковый номер семестра	7	8
Общая трудоемкость дисциплины всего (в з.е):	3	3

Контактная работа с преподавателем всего (в акад. часах), в том числе:	26	26
Занятия лекционного типа (лекции)	12	12
Занятия семинарского типа (практические занятия, семинары в том числе в форме практической подготовки)	12	12
Текущая аттестация	1	1
Консультации (предэкзаменационные)	-	-
Промежуточная аттестация	1	1
Самостоятельная работа всего (в акад. часах), в том числе:	82	82
Форма промежуточной аттестации:		
зачет/ дифференцированный зачет	зачет	зачет
экзамен		
Общая трудоемкость дисциплины (в акад. часах)	108	108

#### 4. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам)

##### 4.1. Тематическое планирование

###### **Тема 1. Информационный бизнес (основы)**

Понятие, функции информационного бизнеса. Тенденции становления и развития информационного бизнеса в России и в мире.

###### **Тема 2. Бизнес-информация**

Бизнес информация: понятия, виды. Основные источники бизнес-информации (первичные и вторичные). Классификация источников по стратегии поиска.

###### **Тема 3. Информационные услуги**

Информационная услуга: понятие, специфика предоставления. Классификация информационных услуг.

###### **Тема 4. Информационный продукт, его особенности, виды.**

Современные технологии создания информационного продукта. Проектирование информационных модулей. Аналитико-синтетические способы обработки информации. Комплексная оценка качества информационных продуктов и услуг. Экономическая эффективность информационного бизнеса. Оценка конкурентоспособности информационного продукта и информационной услуги: показатели, методика оценки.

###### **Тема 5. Организационные формы предприятий сферы информационного бизнеса.**

Виды информационной деятельности. Типология фирм сферы информационного бизнеса. Особенности организации деятельности фирмы на рынке информационных услуг и продуктов: PR агентство; аудиторская фирма, информационно-аналитический центр, посреднические фирмы, страховое агентство, общественные организации, образовательные учреждения, консалтинговые фирмы и др.

**Тема 6. Особенности ценообразования на рынке информационных продуктов.** Модель цены.

###### **Тема 7. Перспективы развития информационного бизнеса.**

Разработка и внедрения отраслевых информационных систем: позиционирование отраслевых информационных систем, целевая аудитория, задачи. Проблемы, сдерживающие развития информационного бизнеса в России. Внедрение отраслевых информационных систем. Виды услуг на основе отраслевых информационных систем.

#### 4.2. Содержание занятий семинарского типа

№	Содержание практических занятий	Виды практических занятий	Текущий контроль
1.	<p><b>Тема 1. Исследование рынка и его функций. Параметры рынка и их соотношения.</b>                      Ознакомление с одним из подходов к исследованию рынка, а также приобретение навыков в наиболее часто встречающихся расчетах.</p>	устный опрос по теме практического занятия, выполнение практического задания	Практическое задание Индивидуальное задание
2.	<p><b>Тема 2. Прогнозирование спроса на рынке методом экономико-математического моделирования.</b>                      Расчет математических параметров.</p>	устный опрос по теме практического занятия, выполнение практического задания	Практическое задание Индивидуальное задание
3.	<p><b>Тема 3. Прогнозирование развития рынка и его конъюнктуры.</b>                      Сущность и классификация прогнозов рынка.</p>	устный опрос по теме практического занятия, выполнение практического задания	Практическое задание Индивидуальное задание
4.	<p><b>Тема 4. Прогнозирование спроса с учетом сезонных факторов и циклических закономерностей работы фирм (предприятий).</b>                      Прогнозирование спроса на рынке ИКТ.</p>	устный опрос по теме практического занятия, выполнение практического задания	Практическое задание Индивидуальное задание
5.	<p><b>Тема 5. Разработка товара и выведение его на рынок.</b>                      Получение навыков в методах анализа различного рода компонент при выведении товара на рынок и разработка обоснованных рекомендаций предприятия или предпринимателю.</p>	устный опрос по теме практического занятия, выполнение практического задания	Практическое задание Индивидуальное задание
6.	<p><b>Тема 6. Концепции затрат на распределение продукции на рынке ИКТ.</b>                      Расходы на реализацию продукции.</p>	устный опрос по теме практического занятия, выполнение практического задания	Практическое задание Индивидуальное задание

### 4.3. Самостоятельная работа студента

№	Наименование темы дисциплины	Формы подготовки
1.	<p><b>Тема 1. Информационный бизнес (основы)</b>  Понятие, функции информационного бизнеса. Тенденции становления и развития информационного бизнеса в России и в мире.</p>	Самостоятельное изучение теоретических разделов курса.
2.	<p><b>Тема 2. Бизнес-информация</b>  Бизнес информация: понятия, виды. Основные источники бизнес-информации (первичные и вторичные). Классификация источников по стратегии поиска.</p>	Самостоятельное изучение теоретических разделов курса.
3.	<p><b>Тема 3. Информационные услуги</b>  Информационная услуга: понятие, специфика предоставления. Классификация информационных услуг.</p>	Самостоятельное изучение теоретических разделов курса.
4.	<p><b>Тема 4. Информационный продукт, его особенности, виды.</b>  Современные технологии создания информационного продукта. Проектирование информационных модулей. Аналитико-синтетические способы обработки информации. Комплексная оценка качества информационных продуктов и услуг. Экономическая эффективность информационного бизнеса. Оценка конкурентоспособности информационного продукта и информационной услуги: показатели, методика оценки.</p>	Самостоятельное изучение теоретических разделов курса.
5.	<p><b>Тема 5. Организационные формы предприятий сферы информационного бизнеса.</b>  Виды информационной деятельности. Типология фирм сферы информационного бизнеса. Особенности организации деятельности фирмы на рынке информационных услуг и продуктов: PR агентство; аудиторская фирма, информационно-аналитический центр, посреднические фирмы, страховое агентство, общественные организации, образовательные учреждения, консалтинговые фирмы и др.</p>	Самостоятельное изучение теоретических разделов курса.
6.	<p><b>Тема 6. Особенности ценообразования на рынке информационных продуктов.</b></p>	Самостоятельное изучение теоретических разделов курса.

	Модель цены.	
7.	<p><b>Тема 7. Перспективы развития информационного бизнеса.</b></p> <p>Разработка и внедрения отраслевых информационных систем: позиционирование отраслевых информационных систем, целевая аудитория, задачи. Проблемы, сдерживающие развитие информационного бизнеса в России. Внедрение отраслевых информационных систем. Виды услуг на основе отраслевых информационных систем.</p>	Самостоятельное изучение теоретических разделов курса.

**А) Реферат**– это продукт самостоятельной работы студента, представляющий собой краткое изложение в письменном виде полученных результатов теоретического анализа определенной научной (учебно-исследовательской) темы, где автор раскрывает суть исследуемой проблемы, приводит различные точки зрения, а также собственные взгляды на нее.

#### **Примерные темы рефератов:**

1. Объектно-ориентированные технологии, средо-ориентированные технологии, CASE-технологии
2. Нечеткие технологии и технологии искусственного интеллекта
3. Рынок ИКТ: понятие, история формирования рынка ИКТ, поставщики и потребители ИП, основные сектора рынка ИКТ (подробно о каждом)
4. Информационный рынок РФ: основные сектора, структура (схема), особенности, существенно отличающие его от зарубежных информационных рынков
5. Программное обеспечение с закрытым кодом, лицензионный договор, условно бесплатное программное обеспечение, виды лицензионных соглашений, ограничения на действия по декомпиляции
6. Свободное программное обеспечение, концепция открытого кода
7. Информационная безопасность рынка ИКТ, объекты ИБ рынка ИКТ, информационная угроза, внешние и внутренние источники угроз
8. Информационное оружие и его виды
9. Экономическая составляющая информационной безопасности развития рынка ИКТ, экономический критерий информационной безопасности рынка ИКТ
10. Создание благоприятных экономических условий для развития национального рынка ИКТ

**Б) Практическая работа** - это средство, позволяющее оценить умение обучающегося излагать суть поставленной задачи, самостоятельно применять стандартные методы решения поставленной задачи с использованием имеющихся средств и лабораторной базы, проводить анализ полученного результата работы.

#### **Примерные практические задания:**

**Тема: Исследование рынка и его функций. Параметры рынка и их соотношения**

**Цель работы:** Ознакомление с одним из подходов к исследованию рынка, а также приобретение навыков в наиболее часто встречающихся расчетах.

#### **Теоретическая часть**

Существует много определений рынка. Для делового человека, работающего в современных условиях необходимо понимать, что:

1. Рынок—это та среда, в которой действует его предприятие и он сам.

2. Рынок — независимый и очень тонкий инструмент и координатор сложнейшей системы трудовых усилий людей, направленных на изготовление различных товаров и оказание услуг. Таким образом, рынок заставляет одних людей делать то, что нужно другим. Для нормального функционирования рыночного механизма важно, чтобы работала вся система, состоящая из рынков потребительских товаров, услуг, средств производства, научно-технической продукции, инвестиций, кредитного и валютного рынков, рынка рабочей силы. Любая попытка исключить из этой системы хотя бы одно звено в значительной мере, а иногда и полностью парализует всю систему рыночных отношений. В маркетинговой практике обычно более подробно рассматриваются два вида основных и самых больших рынков: рынок потребительских товаров и рынок товаров производственного назначения. Это связано со спецификой маркетинга в них: начиная с анализа рынка и до рекламы и сервиса, есть много особенностей, присущих либо первому, либо второму рынку. Речь может идти об одном и том же товаре, но в зависимости от сферы его приложения маркетинг будет существенно различным.

### Задания.

Задание практической работы выполняется каждым студентом, при этом в качестве исходных данных служит таблица №1, числовые значения которой изменяются в зависимости от последней цифры номера зачетной книжки студента N. В столбце «Прочие» доля всех фирм определяется как разность 100% и суммы долей фирм А, В, С, D, Е. Например, если номер зачетной книжки ЭМ №490418, следовательно таблице №1 заменить букву N на число 8 в, а столбец «Прочие» рассчитать, как:  $100\% - \Sigma = 100 - (A+B+C+D+E)$  Постановка задачи для выполнения лабораторной работы На рынке товаров народного потребления работают 5 крупных фирм А,В,С,D,Е, общая (суммарная) доля продаж которых изменяется в пределах 60- 75 % от объема рынка, а остальная доля рынка приходится на мелкие и средние фирмы (Прочие). Построить график изменения доли рынка каждой фирмой и прочих в динамике, а в статике (за I квартал и последний) построить диаграммы, если известны статистические данные по кварталам за год. Выполнить анализ 9 полученных результатов. Таблица №1. Исходные данные для выполнения практической работы

Таблица 1

Квартал	Доля фирмы на рынке							Объем рынка, млн. руб.
	А	В	С	D	Е	Прочие	Итого	
1	18	N+2	N+1	22	N+4	$100\% - \Sigma$	100%	90
2	12	15	16	N+1	7	$100\% - \Sigma$	100%	120
3	6+N	10	15	12	N+3	$100\% - \Sigma$	100%	70
4	N+3	18	12+N	22	15	$100\% - \Sigma$	100%	140

**Тема: Прогнозирование спроса на рынке методом экономико-математического моделирования**

**Цель работы:** Расчет математических параметров.

### Теоретическая часть

Модели развития рынка. Определение рынка зависит от поставленной цели – упрощения понимания или глубинного рассмотрения как экономического феномена современного хозяйствования. Являясь ключевым элементом рыночной экономики, рынок претерпевает в различных странах определенные трансформации как по уровню зрелости, степени развития, так и по особенностям модификации, социальным, историческим и иным условиям, определяющим его функционирование. Японская модель рынка тяготеет к «корпоративному патернализму» как форме социально-экономической политики, выражающейся в заботе собственника или администрации компании о нуждах трудящихся. Система «отцы-дети» требует беспрекословного подчинения, преданности и лояльности работника администрации

и интересам фирмы. Любой акт протеста рассматривается как нарушение «долга верности» и ведет к увольнению. Американской модели свойственна тяга к классической – инициативной схеме рыночной экономики.

Французская тяготеет к государственному «дирижизму» (от франц. diriger - управлять), как форма управления, основанная на отражении в системе личностных особенностей руководителя, понимании им сущностных характеристик нововведений. В основе немецкой рыночной экономики лежит «социальное рыночное хозяйство», ключевыми элементами которого являются – «свобода потребления» и «принудительное распределение». Автор этой модели Л.Эрхард вполне обоснованно считал, что экономическая свобода заключается в свободе потребления, так как распределение по природе своей принудительно всегда. Фактически по пути социального рыночного хозяйства сегодня следует вся Европа, и суть этого явления заключается в дополнении государством своей политикой работы рынка. Впервые эту модель на практике применил канцлер Бисмарк после кризиса 1873 г., когда все расширяющаяся бедность населения страны угрожала общественным устоям и давала социалистам Германии возможность взять власть. Разноплановое отношение к формам проявления рынка в различных странах, тем не менее, позволяет констатировать наличие общих признаков, базирующихся на принятии соответствующих решений на основе децентрализации управления. Большинство американских исследователей выделяют следующие родовые признаки совершенного рынка:

- регулярный спрос на товары и услуги;
- мобильность факторов производства;
- наличие свободной конкуренции;
- информационное обеспечение участников рынка;
- неограниченное число участников.

Говоря о сущностной характеристике рынка, следует отметить, что мировая экономическая мысль мира дала множество определений рынка, которые можно свести к следующим. Рынок есть соединение спроса и предложения. Это правильно, так как ключевыми понятиями рынка является спрос, предложение, цена. Но такое определение не раскрывает содержательных свойств рынка и является упрощенным. Рынок – это форма общественной связи между людьми, основанная на взаимной купле-продаже товаров.

**Задания.** Работа выполняется по методике указанной в теоретической части, а исходные данные берутся из табл. 2, где N- номер последней цифры зачетной книжки.

**Порядок работы:**  $x \cdot A - 1 := \cdot B \cdot 16$

1. По исходным данным определить параметры прогнозирующей функции и построить графики.
2. Определить максимальное значение спроса.
3. Построить график если коэффициент  $b$  в прогнозирующей функции измениться на 7%

Таблица 2

$X_i$	$Y_i$
2	$4 \cdot N$
4	$18 \cdot N$
6	$34 \cdot N$
8	$67 \cdot N$
10	$81 \cdot N$
14	$30 \cdot N$
16	$20 \cdot N$

**Тема:** Прогнозирование развития рынка и его конъюнктуры

**Цель работы:** Изучить методы, применяемые при прогнозировании различных показателей в маркетинговых исследованиях.

### **Теоретическая часть** Сущность и классификация прогнозов рынка.

Коммерсанты, бизнесмены, кооператоры хотят знать, чего ожидать от будущего состояния рынка. Это знание для них — вопрос «жизни и смерти». Кто знает, как изменятся спрос, товарное предложение и цены через месяц, через год, через пять лет, тот может принимать наиболее эффективные коммерческие решения. Поэтому одной из важнейших функций маркетинга является прогнозирование рынка. Научное предвидение (прогноз) следует отличать от предвидения, основанного на субъективных ощущениях отдельных лиц, гадания, авантюрной астрологии. Их легко отличить друг от друга по основному принципу. Принцип прорицателей — «хотите верьте, хотите нет». Прогнозист же всегда может отчитаться о своих действиях. Он собирает и обрабатывает определенную информацию, при расчетах прогноза применяет определенную методику, обязательно количественно оценивает точность прогноза. Его действия может повторить и проверить любой грамотный экономист. Его принцип — «хотите верьте, хотите проверьте». Поэтому определение прогноза можно сформулировать следующим образом. Прогноз рынка — это научное предвидение перспектив развития спроса, товарного предложения и цен, выполненное в рамках определенной методики, на основе достоверной информации, с оценкой его возможной ошибки. Прогнозы рынка базируются на учете закономерностей и тенденций его развития, основных факторов, определяющих это развитие, соблюдении строгой объективности и научной добросовестности при оценке данных и результатов прогнозирования.

В общем виде разработка прогноза рынка имеет четыре этапа:

- 1) установление объекта прогнозирования;
- 2) выбор метода прогнозирования;
- 3) процесс разработки прогноза;
- 4) оценка точности прогноза.

Установление объекта прогнозирования — важнейший этап научного предвидения. Например, на практике часто идентифицируют понятия продажи и спроса, поставок и товарного предложения, рыночных цен и цен реализации. Особенно часто данные о спросе заменяются данными о розничном или оптовом товарообороте, а иногда даже сводными заявками на поставку товаров. Иногда спрос идентифицируют с потребностями, иногда с количеством денег, которое население готово потратить на покупку товаров. В определенных условиях такие замены возможны, но с соответствующими оговорками и последующей корректировкой результатов прогнозных расчетов. Именно поэтому вначале весьма важно определить, какая информация (о чем?) ляжет в основу прогнозирования? Выбор метода прогнозирования зависит от цели прогноза, периода его упреждения, уровня детализации и наличия исходной (базисной) информации. Если прогноз возможной продажи товаров делается для определения перспектив развития розничной торговой сети, то могут применяться более грубые, оценочные методы прогнозирования. Если же он выполняется для обоснования закупки конкретных товаров на ближайший месяц, то должны использоваться более точные методы. Если имеются данные о спросе за последние несколько лет, а также материалы, характеризующие изменение факторов, формирующих спрос, то можно применить очень надежные методы прогнозирования. Если же базисная информация недостаточно достоверна или ее динамический ряд неполный, то и методы ее прогнозирования менее надежны. (Характеристика методов прогнозирования рассматривается ниже.) Процесс разработки прогноза заключается в проведении расчетов, выполняемых либо вручную, либо с использованием ЭВМ с последующей корректировкой их результатов на качественном, профессиональном уровне.

**Задания.** Работа выполняется по методике указанной в теоретической части.

Используя методический материал выше изложенный дать примеры решения задач прогнозирования следующими методами:

1. Экстраполяция посредством аналитического выравнивания ряда
2. Прогнозирование элементов рынка методом интерполяции динамических рядов

3. Прогнозирование элементов рынка с использованием коэффициентов эластичности спроса
4. Прогнозирование элементов рынка методом экспертных оценок и аналогии Исходные данные выбрать самостоятельно.

**Тема: Прогнозирование спроса с учетом сезонных факторов и циклических закономерностей работы фирм (предприятий)**

**Цель работы:** Прогнозирование спроса на рынке ИКТ

**Теоретическая часть.** Предприниматель, участвующий в малом бизнесе, имеет сведения о динамике получения выручки от реализации запасных частей для грузовых автомобилей начиная с августа 2020 года и по июль 2021 года. Как показывают данные, полученная выручка в миллионах руб. в течении года, во первых, пропорционально связанна со сбытом товара, и, во-вторых, имеет линейно- циклической характер.

Исходные данные об изменении выручки представлены в таблице 3. Используя основы теории (раздел 2) решения задач, имеющих сезонный спрос:

1. составить таблицу для определения коэффициентов прогнозирующей функции (табл. 1);
2. определить: коэффициенты прогнозирующей функции;
3. определить числовые значения прогнозных показателей спроса (выручки) на август – декабрь 2019 года и январь- июль месяцы 2021 года;
4. Представить графическое изображение исходных данных и построить график прогноза по полученной прогнозирующей функции.

**Задания.** Вариант задания соответствует номеру последней цифры «Зачетной книжки» студента (или порядкового номера в «Журнале учета и контроля успеваемости студента». Работа может выполняться на компьютере в среде Excel.

**Тема: Разработка товара и выведение его на рынок**

**Цель работы:** Получение навыков в методах анализа различного рода компонент при выведении товара на рынок и разработка обоснованных рекомендаций предприятия или предпринимателю.

**Теоретическая часть**

При разработке маркетинга конкретных товаров и выведения их а рынок необходимо сопрягать собственные ресурса и возможности фирмы, а также ее стратегические задачи требованиям рынка. Это достигается послыным анализом предлагаемого на рынок товара с точки зрения возможной опроса, где производится подгонка возможного продукта к требованиям рынка. Практика маркетинга подсказывает следующую очередность действий:

1. Исследование конъюнктуры потенциального рынка и определение стратегических задач, обеспечивающих выживание фирмы.
2. Выбор предпочтительных сегментов рынка с точки зрения стратегических задач, ресурсов и возможностей фирмы, потенциального спроса на ее продукцию, остроту конкуренции в этих сегментах.
3. Разработка каталога товаров и услуг, предлагаемых выбранным сегментам рынка.
4. Определение потенциальной емкости рынка по позициям каталога в каждом сегменте рынка.
5. Анализ соответствия товаров (по каталогу), пользующихся наибольшим спросом и предпочтительным с точки зрения их конкурентоспособности, производственным возможностям фирмы.
6. Анализ возможностей расширения ресурсов фирмы разработка предложений по внедрению новых технологий, обеспечивающих удовлетворение спроса на товары по каталогу.
7. Отбор товаров наиболее предпочтительных с точки зрения рыночных и производственных критериев с учетом возможностей расширения производства фирмы.
8. Представление в упорядоченной форме сегментированную по потребителям продукцию. Такой подход исходит из предпосылки «товар—среда (решение проблем потребителя».

Происходит последовательное попеременное сочетание производственных и рыночных отношений. Все этапы основаны на экспертных оценках и определении весовых коэффициентов, что предъявляет соответствующие высокие требования к компетентности и квалификации экспертов. Математическим аппаратом обработки экспертных оценок являются действия с матрицами. В данной практической работе рассматривается существенно упрощенный пример подготовки исходных данных по товару, предлагаемого фирмой на рынок. Условие, Экспертные оценки даются по десятибальной системе, что обеспечивает достаточную степень ее точности.

**Задания.** Вариант задания выбирается по сумме двух цифр «Зачетной книжки» студента из таблицы 4, содержащей исходные данные. Как ранее было сказано, работа может быть выполнена в среде Excel на компьютере. Для этого необходимо использовать элементарные знания работы на компьютере.

## **Тема: Концепции затрат на распределение продукции на рынке ИКТ.**

### **Цель работы:**

Расходы на реализацию продукции.

### **Теоретическая часть**

По американским данным затраты на маркетинговые функции составляют приблизительно 20-21 % ежегодного валового национального продукта страны. Из них на перемещение товаров приходится 40-60%, на издержки: связанные с поддержанием складских запасов — 35-55 %. В то же время оформление заказов не требует большие расходов. В маркетинговых операциях занято 13 % работников. Инвестиции в маркетинг составляют 19 % национального дохода США.

**Задания.** Пример (классическая проблема выбора вида транспорта). Предприятие должно доставить свои товары потребителю, расположенному на значительном расстоянии. Возможно использование трех видов транспорта: железнодорожного, автомобильного и воздушного. При этом воздушный транспорт обеспечивает поставки «дверь в дверь» в среднем за два дня, а железнодорожный и грузовой — за восемь дней. Выбрать оптимальный вид транспорта.

**В) Собеседование** – специальная беседа преподавателя со студентом на темы, связанные с изучаемой дисциплиной, рассчитанная на выяснение объема знаний студента по определенному разделу, теме, проблеме и т.п.

### **Примерные вопросы для собеседования:**

1. Информатизация общества. Основные тенденции в развитии информатизации. Ф3 и национальные программы, регулирующие процесс информатизации.
2. Проблемы, которые сдерживают развитие процесса информатизации.
3. Концепция формирования и развития единого информационного пространства России. Федеральные законы, регулирующие процесс информатизации в РФ
4. Государственные программы «Электронная Россия (2002-2010 годы)», «Информационное общество (2011-2020 годы)», проект «Электронное правительство».
5. «Концепция цифровой трансформации электросетевого комплекса до 2030 года», 2018 г.
6. Национальная программа «Цифровая экономика Российской Федерации до 2024 г.», 2018г.
7. Данные. Информация. Классификация экономической информации. Знания. Классификация знаний. Последовательность получения информации и знаний.
8. Система, ее характеристики, схема системы управления, информационная система, состав ИС, связь системы управления с ИС.
9. Классификация информационных систем. Примеры
10. Информационная технология. Автоматизированное рабочее место (АРМ). Уровни управления и соответствующие им уровни АРМ. Примеры АРМ.

11. Информационные ресурсы. Классификация ИР. Государственные информационные ресурсы. Государственное управление информационными ресурсами. Примеры государственных ИС России, имеющие межведомственный характер.
12. Категории доступа к информации. ИР с ограниченным доступом и регламентированным использованием.
13. Рынок ИКТ: понятие, история формирования рынка ИКТ, поставщики и потребители ИП, основные сектора рынка ИКТ
14. Информационный российский рынок
15. Технология, информационная технология, этапы развития ИТ.
16. Сетевое, локальное информационное обеспечение (внемашинное и внутримашинное) АРМ
17. Сущность и структура внемашинного информационного обеспечения (+ экономические показатели, управленческие документы).
18. Кодирование экономической информации. Применение кодов в процессе решения задач. Роль кодов в процессе подготовки исходных данных и решении задачи.
19. Внутримашинное информационное обеспечение. БД и их применение для решения экономических задач
20. Централизованные и распределенные базы данных и их применение для решения экономических задач
21. Базы знаний и их применение для формирования экономических решений
22. Хранилища данных и их применение для формирования экономических решений
23. Понятие «программное обеспечение». Коробочная поставка. Условно-бесплатное программное обеспечение. Бесплатное программное обеспечение.
24. Открытое программное обеспечение. Свободное программное обеспечение (4 степени свободы)
25. Понятие информационного продукта; классификация продукции в сетевой экономике (схема); свойства информационного продукта
26. Цены на информационном рынке и их разновидности.
27. Этапы ценообразования и факторы, влияющие на установление цены на информационном рынке
28. Методы ценообразования на рынке ИКТ
29. Стратегии ценообразования на рынке ИКТ
30. Сущность информационного маркетинга, элементы комплекса маркетинга ИКТ-продуктов
31. Виды информационного маркетинга
32. Объекты и субъекты информационного маркетинга
33. Информационная безопасность рынка ИКТ, объекты ИБ рынка ИКТ, информационная угроза, внешние и внутренние источники угроз
34. Информационное оружие и его виды
35. Экономическая составляющая информационной безопасности развития рынка ИКТ, экономический критерий информационной безопасности рынка ИКТ
36. Создание благоприятных экономических условий для развития национального рынка ИКТ
37. Угрозы безопасности компьютерной системы. Классификация угроз. Основные угрозы безопасности информации
38. Компьютерные вирусы. История возникновения. Классификация вирусов. Правила защиты от компьютерных вирусов
39. Методы и средства защиты информации (6 методов/ 6 средств защиты)
40. Фриланс как форма занятости. Виды деятельности фрилансеров
41. Сетевые сообщества практиков в сфере фриланса. Оценка стоимости работы фрилансера (в т.ч. анализ стоимости работ в объявлениях работодателей)
42. Организационно-правовые основы деятельности фрилансеров

43. Факторы возникновения потребности в повышении квалификации специалиста ИКТ
44. Факторы возникновения потребности в освоении средств ИКТ гражданами – не специалистами в области ИКТ
45. Направления подготовки бакалавров и магистров в сфере ИКТ
46. Дистанционное ИКТ-образование
47. Рынок обучения навыкам работы с новыми программными продуктами (на примере конкретных продуктов)
48. Формы и средства самообразования (полностью без участия преподавателя или тьютера) в сфере ИКТ
49. Тайм-менеджмент самообразования

**Г) Тест** – это система стандартизированных простых и комплексных заданий, позволяющая автоматизировать процедуру измерения уровня знаний, умений и навыков обучающегося.

### **Примерные тестовые задания:**

#### **Тест 1.**

1. Какие аналитические компании при оценке ИКТ-рынка включают услуги телерадиовещания и пользовательскую электронику?
  - а. ЕІТО;
  - б. IDC;
  - в. Gartner;
  - г. ІTU.
2. В таксономии каких аналитических компаний при оценке ИКТ-рынка рынки ІТ и телекоммуникаций суммируются?
  - а. ЕІТО;
  - б. IDC;
  - в. Gartner;
  - г. ІTU.
3. В таксономии каких аналитических компаний при оценке ИКТ-рынка рынки ІТ и телекоммуникаций пересекаются?
  - а. ЕІТО;
  - б. IDC;
  - в. Gartner;
  - г. ІTU.
4. Какая аналитическая компания предложила использовать магический квадрант для оценки ИКТ-рынка
  - а. ЕІТО;
  - б. IDC;
  - в. Gartner;
  - г. ІTU.
5. Продолжите фразу. В момент потребления информация....
  - а. уничтожается;
  - б. не уничтожается;
  - в. теряет потребительские свойства;
  - г. изнашивается физически.
6. Продолжите фразу. Производственные кооперативы относятся к ...
  - а. хозяйственным товариществам и обществам;
  - б. хозяйственным обществам;
  - в. самостоятельным организационно-правовым формам;
  - г. некоммерческим организациям.
7. Виды серверов присутствия в Интернете:
  - а. рекламные;

- б. предоставляющие;
  - в. информирующие;
  - г. правильных ответов нет.
8. Форма бизнеса, при которой все стороны деловых отношений, включая продажи, маркетинг, финансовый анализ, платежи, поиск сотрудников, поддержку клиентов и партнеров, перенесены в интернет-это..
- а. электронный бизнес;
  - б. офшорный бизнес;
  - в. деловой;
  - г. перспективный.
9. Изучение рынка для размещения продукта, определения цены, вероятных покупателей и выработки способов общения с последними – это....
- а. маркетинг;
  - б. менеджмент;
  - в. экономика;
  - г. бизнес.
10. Продолжите фразу. Каких пользователей не включает в себя Интернет ....
- б. наблюдателей;
  - в. хищников;
  - г. партнеров.
11. Какие пользователи приходят в Интернет, имея более или менее ясные цены и не преследуют коммерческий интерес?
- а. охотники;
  - б. наблюдатели;
  - в. хищники;
  - г. все вышеперечисленное.
12. Какая из перечисленных компаний не относится к ИТ отрасли:
- а. Apple;
  - б. Microsoft;
  - в. Sony;
  - г. ТНК ВР.
13. Что означает программа помеченная как freeware?
- а. используется без ограничений;
  - б. можно использовать ограниченное время или с ограниченным функционалом;
  - в. для использования необходима лицензия;
  - г. программа является вредоносной.
14. Уберите лишнее. По оценке экспертов, экономические успехи ИКТ, а вследствие ее развития и экономики в целом, будут держаться на трех «китах».
- а. вовлеченности всех субъектов в инфокоммуникационные процессы за счет обеспечения доступа к любому контенту любому пользователю везде, всегда и на любом терминале, устройстве;
  - б. новой инфраструктуре бизнеса: транснациональные корпорации и предприятия реального времени (промышленная автоматика, полный учет и планирование, аналитическое принятие решений), быстро меняющиеся организационные формы и бизнес-модели;
  - в. новая инфраструктура госуправления, охват всех сторон жизни человека и общества;
  - г. ужесточение конкуренции на рынке ИКТ.
15. Продолжите фразу. Угрозой информационной безопасности рынка ИКТ могут выступать....
- а. противодействие доступу РФ к новейшим информационным технологиям, создание условий для усиления технологической зависимости в области современных информационных технологий;

- б. закупка органами государственной власти импортных средств информатизации, телекоммуникации и связи, в которых могут быть различные закладки и вредоносные программы;
  - в. вытеснение с отечественного рынка российских производителей средств информатизации, телекоммуникации и связи;
  - г. увеличение оттока за рубеж специалистов и правообладателей интеллектуальной собственности;
  - д. все вышеперечисленное.
16. Уберите лишнее. ИКТ предприятия по основному виду деятельности (статусе в канале продаж) можно классифицировать следующим образом.
- а. производитель;
  - б. дистрибьютор;
  - в. импортер;
  - г. дилер;
  - д. розничные продажи.
17. К факторам, препятствующим развитию электронной коммерции в России нельзя отнести
- а. низкий уровень автоматизации производства;
  - б. неразвитость телекоммуникационной инфраструктуры;
  - в. традиционную непрозрачность российского бизнеса;
  - г. высокую долю неденежных форм расчетов.
18. Особенностью российского ИКТ рынка является...
- а. преобладание государства как заказчика;
  - б. мировое лидерство в сфере ИКТ;
  - в. лучшей подготовкой специалистов;
  - г. все вышеперечисленное.
19. При существующем различии подходов к развитию ИКТ, роль, уделяемая ИКТ, сводится к ....
- а. ИКТ в качестве сектора производства;
  - б. ИКТ в качестве катализатора социально экономического развития;
  - в. все вышеперечисленное.
20. Цель информатизации общества заключается в....
- а. справедливом распределении материальных благ;
  - б. удовлетворении духовных потребностей человека;
  - в. максимальном удовлетворении информационных потребностей отдельных граждан, их групп, предприятий, организаций и т. д. за счет повсеместного внедрения компьютеров и средств коммуникаций.
21. Возможны две стратегии развития инфраструктуры ИКТ:
- а. развитие стратегически важных объектов;
  - б. развитие телекоммуникаций;
  - в. стремление к максимальному распространению инфраструктуры.
22. Аббревиатура B2C означает бизнес для ....
- а. бизнеса;
  - б. потребителя;
  - в. заказчика;
  - г. все вышеперечисленное.
23. Формы электронной торговли определяются в зависимости от взаимоотношений участников экономического процесса. Уберите из предложенных вариантов не существующий в России.
- а. Предприятие - Предприятие (B2B);
  - б. Предприятие - Потребитель (B2C);
  - в. Потребитель - Потребитель (C2C);
  - г. Потребитель - Предприятие (C2B);

д. Общество – Государство (С2G).

24. Приступая к планированию электронного бизнеса, в зависимости от его концепции, необходимо сконцентрировать внимание на четыре основных варианта. Уберите из предложенных вариантов не существующий.

- а. В2В-проект создается исключительно для поддержки существующего неэлектронного бизнеса;
- б. В2В-проект создается исключительно для поддержки потребителя;
- в. планируется создание Интернет-компании, которая будет продавать товары и/или услуги;
- г. планируется создание Интернет-проекта, который будет работать по рекламной модели;
- д. создается В2В-проект с биржевой структурой: узел межфирменной торговли.

25. Помимо сайта, контент-проект состоит из таких структурных единиц, как:

- а. бэк-офис;
- б. маркетинговая служба;
- в. система подготовки и публикации информации;
- г. служба доставки.

26. Уберите несуществующий. Пользователю должно быть удобно, работать с информацией. Соответственно, ее необходимо структурировать. Поиск той или иной информации не должен вызывать у клиента затруднений. Структурировать информацию можно в соответствии с различными принципами.

- а. по времени ее поступления;
- б. по типу аудитории, для которой она предназначена или которой она может быть интересна;
- в. по стоимости;
- г. по типу самой информации;
- д. по степени важности.

27. Серьезные отличия от контент-проектов становятся очевидны при рассмотрении второй составляющей доходов новостных сайтов: платного доступа к информации. Для того чтобы какую-то информацию можно было продавать, она должна иметь определенные характеристики. Какая из перечисленных характеристик не нужна?

- а. недоступность широкому кругу пользователей сети без оплаты;
- б. оперативность;
- в. достоверность;
- г. полнота;
- д. популярность.

28. К основным задачам деятельности ИТ-менеджера не относится ....

- а. формирование технологической среды ИС;
- б. развитие ИС и обеспечение её обслуживания;
- в. планирование ИС;
- г. формирование организационной структуры ИС;
- д. управление инновационным развитием.

29. Продолжите фразу. ERP – это ...

- а. управление ресурсами предприятия;
- б. планирование ресурсов производства;
- в. объёмно-календарное планирование;
- г. информационная поддержка;
- д. тактическое планирование.

30. Долгосрочная государственная программа России, определяющая информационное развитие общества называется...

- а. «Информационное общество 2011-2020 гг.»;
- б. «Программа развития информационно-коммуникационных технологий в России до 2020г.»;

- в. «Информатизация общества и стратегия развития информационно-коммуникационных технологий в России».
31. В целях отслеживания прогресса в развитии ИКТ в мире, существуют два основных инструмента сопоставительного анализа для измерения, так называемого информационного общества. Уберите несуществующий инструмент:
- индекс развития ИКТ;
  - корзина цен на услуги ИКТ;
  - уровень занятости в сфере ИКТ.
32. Какие сферы охватывает индекс развития ИКТ
- доступ к ИКТ;
  - использование ИКТ;
  - навыки пользования ИКТ.
33. Медиа- ресурс об электронном правительстве РФ и государственных услугах в электронном виде это...
- eGOV Russia;
  - ITU Russia;
  - ИКТ Russia.
34. Единая таксономия для описания ИКТ рынка:
- еще не выработана;
  - выработана и утверждена в 2012г;
  - выработана в 90-е годы;
  - выработана и утверждена в 2015г.
35. Основным заказчиком российского рынка ИКТ является:
- система образования;
  - государство;
  - бизнес;
  - пользователи.

#### 4.4. Распределение часов по темам и видам учебных занятий

<i>Номер раздела, темы дисциплины</i>	<i>Компетенции</i>	<i>Контактная работа</i>		<i>Лекции</i>		<i>Практические занятия Семинары</i>		<i>Самост. работа студентов</i>	
		<i>ОФО</i>	<i>ОЗФО</i>	<i>ОФО</i>	<i>ОЗФО</i>	<i>ОФО</i>	<i>ОЗФО</i>	<i>ОФО</i>	<i>ОЗФО</i>
<b>Тема 1</b>	ОПК-2	4	4	2	2	2	2	10	10
<b>Тема 2</b>	ОПК-2							10	10
<b>Тема 3</b>	ОПК-2	4	4	2	2	2	2	10	10
<b>Тема 4</b>	ОПК-2	4	4	2	2	2	2	12	12
<b>Тема 5</b>	ОПК-2	4	4	2	2	2	2	14	14
<b>Тема 6</b>	ОПК-2	4	4	2	2	2	2	14	14
<b>Тема 7</b>	ОПК-2	4	4	2	2	2	2	12	12
Текущая аттестация	ОПК-2	1							
Консультации (предэкзаменационные)		-							
Промежуточная аттестация	ОПК-2	1							

<b>Всего:</b>	<b>26</b>	<b>26</b>	<b>12</b>	<b>12</b>	<b>12</b>	<b>12</b>	<b>82</b>	<b>82</b>
---------------	-----------	-----------	-----------	-----------	-----------	-----------	-----------	-----------

#### **4.5. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины**

Для правильной организации самостоятельной работы необходимо учитывать порядок изучения разделов курса, находящихся в строгой логической последовательности. Поэтому хорошее усвоение одной части дисциплины является предпосылкой для успешного перехода к следующей. Для лучшего запоминания материала целесообразно использовать индивидуальные особенности и разные виды памяти: зрительную, слуховую, ассоциативную. Успешному запоминанию способствует приведение ярких свидетельств и наглядных примеров. Учебный материал должен постоянно повторяться и закрепляться.

Подготовка к практическому (семинарскому) занятию начинается с тщательного ознакомления с условиями предстоящей работы, т. е. с обращения к вопросам семинарских занятий. Определившись с проблемой, следует обратиться к рекомендуемой литературе. При подготовке к практическому (семинарскому) занятию обязательно требуется изучение дополнительной литературы по теме занятия. Без использования нескольких источников информации невозможно проведение дискуссии на занятиях, обоснование собственной позиции, построение аргументации. Если обсуждаемый аспект носит дискуссионный характер, следует изучить существующие точки зрения и выбрать тот подход, который вам кажется наиболее верным. При этом следует учитывать необходимость обязательной аргументации собственной позиции. Во время практических занятий рекомендуется активно участвовать в обсуждении рассматриваемой темы, выступать с подготовленными заранее докладами и презентациями, принимать участие в выполнении практических заданий.

С целью обеспечения успешного обучения студент должен готовиться к лекции, поскольку она является важной формой организации учебного процесса: знакомит с новым учебным материалом; разъясняет учебные элементы, трудные для понимания; систематизирует учебный материал; ориентирует в учебном процессе.

Подготовка к лекции заключается в следующем:

- внимательно прочитайте материал предыдущей лекции;
- узнайте тему предстоящей лекции (по тематическому плану);
- ознакомьтесь с учебным материалом по учебным пособиям;
- постарайтесь уяснить место изучаемой темы в своей профессиональной подготовке;
- запишите возможные вопросы, которые вы зададите преподавателю на лекции.

Во время лекции рекомендуется составлять конспект, фиксирующий основные положения лекции и ключевые определения по пройденной теме.

К зачету необходимо готовится целенаправленно, регулярно, систематически и с первых дней обучения по дисциплине. Попытки освоить дисциплину в период зачётно-экзаменационной сессией, как правило, показывают не слишком хороший результат. В самом начале учебного курса студенту следует познакомиться со следующей учебно-методической документацией:

- программой дисциплины;
- перечнем знаний и умений, которыми студент должен овладеть;
- тематическими планами лекций, семинарских занятий;
- контрольными мероприятиями;
- учебными пособиями по дисциплине;

- перечнем вопросов к зачету.

После этого у студента должно сформироваться четкое представление об объеме и характере знаний и умений, которыми надо будет овладеть по дисциплине. Систематическое выполнение учебной работы на лекциях, семинарских занятиях и в процессе самостоятельной работы позволит успешно освоить дисциплину и создать хорошую базу для сдачи зачета.

Рекомендуемая тематика занятий максимально полно реализуется в контактной работе со студентами очной формы обучения. В случае реализации образовательной программы в заочной / очно-заочной форме трудоемкость дисциплины сохраняется, однако объем учебного материала в значительной части осваивается студентами в форме самостоятельной работы. При этом требования к ожидаемым образовательным результатам студентов по данной дисциплине не зависят от формы реализации образовательной программы.

В случае организации учебной работы с использованием дистанционных образовательных технологий занятия проводятся в электронной информационно-образовательной среде института.

## **5. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ**

### **5.1 Образовательные технологии**

В освоении учебной дисциплины «Рынок ИКТ» используются следующие **традиционные образовательные технологии**:

- чтение информационных лекций с использованием доски и видеоматериалов;
- практические/семинарские занятия;
- контрольные опросы;
- консультации;
- самостоятельная работа студентов;
- тестирование по основным темам дисциплины;
- зачетная аттестация.

### **5.2.Использование информационных технологий:**

- технологии, основанные на использовании ЭИОС института (методические материалы по дисциплине, размещенные на сайте ГСИ);
- Интернет-технологии;
- компьютерные обучающие и контролирующие программы;
- информационные технологии, позволяющие увеличить эффективность преподавания (за счет усиления иллюстративности):
  - *лекция-визуализация* – иллюстративная форма проведения информационных и проблемных лекций;
  - *семинар-презентация* – использование студентами на семинарах специализированных программных средств.

### **5.3. Активные и интерактивные методы и формы обучения**

Из перечня видов: («мозговой штурм», анализ проблемных ситуаций, анализ конкретных ситуаций, инциденты, имитация коллективной профессиональной деятельности, творческая работа, связанная с самопознанием и освоением дисциплины, деловая игра, круглый стол, диспут, дискуссия, мини-конференция и др.) используются следующие:

- «*мозговой штурм*»;
- *диспут* (способ ведения спора, проводимого с целью установления научной истины со ссылками на устоявшиеся письменные авторитетные источники и тщательный анализ аргументов каждой из сторон);
- *дискуссия* (как метод, активизирующий процесс обучения, изучения сложной темы, теоретической проблемы) *применяется на семинарах-дискуссиях, где обсуждаются спорные вопросы с выявлением мнений в студенческой группе;*
- *беседа.*

## **6. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине**

Контроль качества освоения дисциплины включает в себя текущий контроль успеваемости и промежуточную аттестацию обучающихся. Промежуточная аттестация обучающихся по дисциплине проводится в форме зачета.

Конкретный перечень типовых контрольных заданий и иных материалов для оценки результатов освоения дисциплины, а также описание показателей и критериев оценивания компетенций приведен в фонде оценочных средств по дисциплине.

### **6.1. Формы текущего контроля**

- *индивидуальное собеседование;*
- *выполнение тестовых заданий;*
- *выполнение рефератов;*
- *мониторинг результатов практических занятий.*

### **6.2. Форма промежуточного контроля по дисциплине – зачет**

Вопросы к зачету:

1. Информатизация общества. Основные тенденции в развитии информатизации. Ф3 и национальные программы, регулирующие процесс информатизации.
2. Проблемы, которые сдерживают развитие процесса информатизации.
3. Концепция формирования и развития единого информационного пространства России. Федеральные законы, регулирующие процесс информатизации в РФ
4. Государственные программы «Электронная Россия (2002-2010 годы)», «Информационное общество (2011-2020 годы)», проект «Электронное правительство».
5. «Концепция цифровой трансформации электросетевого комплекса до 2030 года», 2018 г.
6. Национальная программа «Цифровая экономика Российской Федерации до 2024 г.», 2018г.
7. Данные. Информация. Классификация экономической информации. Знания. Классификация знаний. Последовательность получения информации и знаний.
8. Система, ее характеристики, схема системы управления, информационная система, состав ИС, связь системы управления с ИС.
9. Классификация информационных систем. Примеры
10. Информационная технология. Автоматизированное рабочее место (АРМ). Уровни управления и соответствующие им уровни АРМ. Примеры АРМ.
11. Информационные ресурсы. Классификация ИР. Государственные информационные ресурсы. Государственное управление информационными ресурсами. Примеры государственных ИС России, имеющие межведомственный характер.
12. Категории доступа к информации. ИР с ограниченным доступом и регламентированным использованием.

13. Рынок ИКТ: понятие, история формирования рынка ИКТ, поставщики и потребители ИП, основные сектора рынка ИКТ
14. Информационный российский рынок
15. Технология, информационная технология, этапы развития ИТ.
16. Сетевое, локальное информационное обеспечение (внемашинное и внутримашинное) АРМ
17. Сущность и структура немашинного информационного обеспечения (+ экономические показатели, управленческие документы).
18. Кодирование экономической информации. Применение кодов в процессе решения задач. Роль кодов в процессе подготовки исходных данных и решении задачи.
19. Внутримашинное информационное обеспечение. БД и их применение для решения экономических задач
20. Централизованные и распределенные базы данных и их применение для решения экономических задач
21. Базы знаний и их применение для формирования экономических решений
22. Хранилища данных и их применение для формирования экономических решений
23. Понятие «программное обеспечение». Коробочная поставка. Условно-бесплатное программное обеспечение. Бесплатное программное обеспечение.
24. Открытое программное обеспечение. Свободное программное обеспечение (4 степени свободы)
25. Понятие информационного продукта; классификация продукции в сетевой экономике (схема); свойства информационного продукта
26. Цены на информационном рынке и их разновидности.
27. Этапы ценообразования и факторы, влияющие на установление цены на информационном рынке
28. Методы ценообразования на рынке ИКТ
29. Стратегии ценообразования на рынке ИКТ
30. Сущность информационного маркетинга, элементы комплекса маркетинга ИКТ-продуктов
31. Виды информационного маркетинга
32. Объекты и субъекты информационного маркетинга
33. Информационная безопасность рынка ИКТ, объекты ИБ рынка ИКТ, информационная угроза, внешние и внутренние источники угроз
34. Информационное оружие и его виды
35. Экономическая составляющая информационной безопасности развития рынка ИКТ, экономический критерий информационной безопасности рынка ИКТ
36. Создание благоприятных экономических условий для развития национального рынка ИКТ
37. Угрозы безопасности компьютерной системы. Классификация угроз. Основные угрозы безопасности информации
38. Компьютерные вирусы. История возникновения. Классификация вирусов. Правила защиты от компьютерных вирусов
39. Методы и средства защиты информации (6 методов/ 6 средств защиты)
40. Фриланс как форма занятости. Виды деятельности фрилансеров
41. Сетевые сообщества практиков в сфере фриланса. Оценка стоимости работы фрилансера (в т.ч. анализ стоимости работ в объявлениях работодателей)
42. Организационно-правовые основы деятельности фрилансеров
43. Факторы возникновения потребности в повышении квалификации специалиста ИКТ
44. Факторы возникновения потребности в освоении средств ИКТ гражданами – не специалистами в области ИКТ
45. Направления подготовки бакалавров и магистров в сфере ИКТ
46. Дистанционное ИКТ-образование

47. Рынок обучения навыкам работы с новыми программными продуктами (на примере конкретных продуктов)
48. Формы и средства самообразования (полностью без участия преподавателя или тьютера) в сфере ИКТ
49. Тайм-менеджмент самообразования

## **7. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ**

### **7.1. Рекомендуемая литература**

#### *Основная литература*

- Гаврилов, Л. П. Электронная коммерция : учебник и практикум для вузов / Л. П. Гаврилов. — 5-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 563 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-15935-6. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт : [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/510301>
- Фомин, В. И. Информационный бизнес : учебник и практикум для вузов / В. И. Фомин. — 4-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 251 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14388-1. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт : [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/515426>

#### *Дополнительная литература*

- Блюмин, А. М. Мировые информационные ресурсы : учебное пособие / А. М. Блюмин, Н. А. Феоктистов. — 5-е изд., стер. — Москва : Дашков и К°, 2021. — 384 с. : ил., табл. — (Учебные издания для бакалавров). — ISBN 978-5-394-04323-9. — Текст : электронный // Университетская библиотека ONLINE : [сайт]. — URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=684281>
- Оверби, Х. Цифровая экономика : как информационно-коммуникационные технологии влияют на рынки, бизнес и инновации : учебник / Х. Оверби, Я. А. Одестад ; под науч. ред. М. И. Левина ; пер. с англ. И. М. Агеевой ; пер. на англ. Н. В. Шиловой. — Москва : Дело, 2022. — 288 с. : ил. — (Академическая книга). — ISBN 978-5-85006-391-7. — Текст : электронный // Университетская библиотека ONLINE : [сайт]. — URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=698627>
- Ткаченко, О. Н. Индустрия цифровых продуктов : от проектирования к безопасному потреблению : учебное пособие / О. Н. Ткаченко, М. В. Шматко, Н. А. Анашкина ; ред. К. В. Обухова. — Омск : Омский государственный технический университет (ОмГТУ), 2021. — 203 с. : ил., табл. — ISBN 978-5-8149-3313-3. — Текст : электронный // Университетская библиотека ONLINE : [сайт]. — URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=700661>
- Экономика информационных систем : учебное пособие для вузов / А. Л. Рыжко, Н. А. Рыжко, Н. М. Лобанова, Е. О. Кучинская. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 176 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-05545-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт : [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/514971>

#### *Периодическая литература (библиотека ГСИ)*

1. Проблемы управления.
2. Российский журнал менеджмента.
3. Системный администратор.
4. Программные продукты и системы (доступный архив: 2010–2022). – URL: <https://www.iprbookshop.ru/25852.html>.

### **7.2. Электронные образовательные и информационные ресурсы**

1. Электронно-библиотечная система «ЮРАЙТ» - <https://urait.ru/>

### 7.3. Профессиональные базы данных и информационные справочные системы

#### Информационно-справочные системы

1. «Система КонсультантПлюс» – компьютерная справочная правовая система - <http://www.consultant.ru/>
2. «Гарант» – справочно-правовая система по законодательству Российской Федерации - <http://www.garant.ru/>
3. Единое окно доступа к образовательным ресурсам. - <http://window.edu.ru/>
4. Национальная информационно-аналитическая система Российский индекс научного цитирования (РИНЦ). - <https://www.elibrary.ru> Федеральный портал «Российское образование» - <http://www.edu.ru/>

#### Профессиональные базы данных

1. Научная электронная библиотека eLibrary.ru - Российский индекс научного цитирования (РИНЦ)
2. Открытый портал информационных ресурсов (научных статей, сборников работ и монографий по различным направлениям наук) [https://elibrary.ru/project\\_risc.asp](https://elibrary.ru/project_risc.asp)
3. База данных научных журналов на русском и английском языке ScienceDirect
4. Открытый доступ к метаданным научных статей по различным направлениям наук поиск рецензируемых журналов, статей, глав книг и контента открытого доступа <http://www.sciencedirect.com/>
5. Портал «Psychology-OnLine.Net»
6. Федеральный портал «Российское образование» <http://www.edu.ru/>
7. Бесплатная электронная библиотека онлайн «Единое окно доступа к образовательным ресурсам»
8. <http://window.edu.ru/>
9. Единая коллекция цифровых образовательных ресурсов Научно-практические и методические материалы <http://school-collection.edu.ru/>
10. Библиотека. Тематические подборки статей. <http://www.flogiston.ru/>
11. Сайт, посвященный SQL, программированию, базам данных, разработке информационных систем <https://www.sql.ru/>
12. На сайте проекта OpenNet размещается информация о Unix системах и открытых технологиях для администраторов, программистов и пользователей <http://www.opennet.ru/>
13. Библиотека программиста <https://proglib.io>
14. Сообщество IT-Специалистов <https://habr.com/ru/>
15. Сеть разработчиков Microsoft <https://msdn.microsoft.com/ru-ru/>
16. Сборник статей по информационной безопасности <http://www.iso27000.ru/chitalnyi-zai>
17. Профессиональная база данных «Всероссийская система данных о компаниях и бизнесе «За честный бизнес» // Режим доступа: <https://zachestnyibiznes.ru>
18. Профессиональная база данных Росстата // Режим доступа [http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat\\_main/rosstat/ru/statistics/databases/](http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_main/rosstat/ru/statistics/databases/)

#### Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины

1. Министерство образования и науки Российской Федерации. 100% доступ - <http://минобрнауки.рф/>

2. Федеральная служба по надзору в сфере образования и науки. 100% доступ - <http://obrnadzor.gov.ru/>
3. Федеральный портал «Российское образование». 100% доступ - <http://www.edu.ru/>
5. Федеральный центр информационно-образовательных ресурсов. 100% доступ - <http://fcior.edu.ru/>
6. Электронно-библиотечная система, содержащая полнотекстовые учебники, учебные пособия, монографии и журналы в электронном виде 5100 изданий открытого доступа. 100% доступ - <http://bibliorossica.com/>
7. Федеральная служба государственной статистики. 100% доступ - <http://www.gks.ru>

#### **8. Программное обеспечение, используемое при осуществлении образовательного процесса по дисциплине**

Операционная система Windows 10,  
Microsoft office (Word, Excel, PowerPoint, Outlook, Publisher)  
Антивирус Windows Defender (входит в состав операционной системы Microsoft Windows)

#### **Программное обеспечение отечественного производства**

INDIGO  
Яндекс.Браузер

#### **Свободно распространяемое программное обеспечение**

Adobe Reader для Windows  
Архиватор HaoZip

#### **9. Материально-техническое обеспечение, необходимое для осуществления образовательного процесса по дисциплине**

Для проведения учебных занятий используются учебные аудитории, оснащенные оборудованием и техническими средствами обучения: специализированной мебелью, отвечающей всем установленным нормам и требованиям; ПК с доступом к сети Интернет, магнитно-маркерной доской, переносным мультимедийным оборудованием, сканером, сетевым принтером, интерактивной доской.

Для самостоятельной работы обучающихся используются помещения, оснащенные компьютерной техникой: персональные компьютеры с доступом к сети Интернет и ЭИОС института, принтеры; специализированной мебелью, отвечающей всем установленным нормам и требованиям.

Для обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья институтом могут быть представлены специализированные средства обучения, в том числе технические средства коллективного и индивидуального пользования.

#### **10. Методические рекомендации по обучению лиц с ограниченными возможностями здоровья**

Профессорско-педагогический состав знакомится с психолого-физиологическими особенностями обучающихся инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья, индивидуальными программами реабилитации инвалидов (при наличии). При необходимости осуществляется дополнительная поддержка преподавания тьюторами, психологами, социальными работниками, прошедшими подготовку ассистентами.

В соответствии с методическими рекомендациями Минобрнауки РФ (утв. 8 апреля 2014 г. N АК-44/05вн) в курсе предполагается использовать социально-активные и рефлексивные методы обучения, технологии социокультурной реабилитации с целью

оказания помощи в установлении полноценных межличностных отношений с другими студентами, создании комфортного психологического климата в студенческой группе. Подбор и разработка учебных материалов производится с учетом предоставления материала в различных формах: аудиальной, визуальной, с использованием специальных технических средств и информационных систем.

Освоение дисциплины лицами с ОВЗ осуществляется с использованием средств обучения общего и специального назначения (персонального и коллективного использования). Материально-техническое обеспечение предусматривает приспособление аудиторий к нуждам лиц с ОВЗ.

Форма проведения аттестации для студентов-инвалидов устанавливается с учетом индивидуальных психофизических особенностей. Для студентов с ОВЗ предусматривается доступная форма предоставления заданий оценочных средств, а именно:

- в печатной или электронной форме (для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата);
- в печатной форме или электронной форме с увеличенным шрифтом и контрастностью (для лиц с нарушениями слуха, речи, зрения);
- методом чтения ассистентом задания вслух (для лиц с нарушениями зрения).

Студентам с инвалидностью увеличивается время на подготовку ответов на контрольные вопросы. Для таких студентов предусматривается доступная форма предоставления ответов на задания, а именно:

- письменно на бумаге или набором ответов на компьютере (для лиц с нарушениями слуха, речи);
- выбором ответа из возможных вариантов с использованием услуг ассистента (для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата);
- устно (для лиц с нарушениями зрения, опорно-двигательного аппарата).

При необходимости для обучающихся с инвалидностью процедура оценивания результатов обучения может проводиться в несколько этапов.