

**МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**

**ПЕНЗЕНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ**

**ФАКУЛЬТЕТ ЭКОНОМИКИ И УПРАВЛЕНИЯ**

**УТВЕРЖДАЮ**  
**Декан факультета**

Володин В.М.  
(Подпись) (Фамилия, инициалы)

« \_\_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 201\_ г.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)**

**Б1.2.24.2 Маркетинг в сфере информационно-коммуникационных технологий**

---

*( индекс дисциплины по учебному плану, наименование дисциплины (модуля))*

Направление подготовки \_\_\_\_\_ ООП 38.03.05 «Бизнес-информатика»  
*(код, наименование направления подготовки)*

Квалификация (степень) выпускника – Бакалавр

Форма обучения \_\_\_\_\_ очная / заочная  
*(очная, заочная, очно-заочная)*

Пенза, 2016

## 1 Цели освоения учебной дисциплины

Целями освоения учебной дисциплины «Маркетинг в сфере информационно-коммуникационных технологий» являются получение системных знаний о методах анализа высокотехнологических рынков, структуре рынка ИТ, его основных участниках, основных тенденциях, принципах организации отделов маркетинга и продаж решений в области информационных технологий в компаниях.

## 2 Место учебной дисциплины в структуре ООП ВО

Учебная дисциплина «Маркетинг в сфере информационно-коммуникационных технологий» относится к дисциплинам по выбору вариативной части Блока Б1 «Дисциплины (модули)».

Согласно учебному плану дисциплина «Маркетинг в сфере информационно-коммуникационных технологий» изучается в шестом семестре. Курс рассчитан на студентов, «входные» знания и умения которых определяются программами дисциплин «Маркетинг», «Рынки ИКТ и организация продаж»; «Управление ИТ-сервисами и контентом»; «Электронный бизнес», «Деловые коммуникации».

## 3 Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины (модуля) Б1.2.24.2 Маркетинг в сфере информационно-коммуникационных технологий

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование элементов следующих компетенций в соответствии с ФГОС ВО по данному направлению:

Коды компетенции	Наименование компетенции	Структурные элементы компетенции (в результате освоения дисциплины обучающийся должен знать, уметь, владеть)
1	2	3
ПК-1	проведение анализа архитектуры предприятия	<b>Знать:</b> – методы проведения анализа рынка ИТ; – принципы организации маркетинга и продаж решений в области информационных технологий
		<b>Уметь:</b> – разрабатывать методики сбора, обработки и представления информации о том или ином рынке ИТ-продуктов, сервисов и услуг в России и за рубежом; – планировать маркетинг и продажи.
		<b>Владеть:</b> – методиками сбора, анализа и представления информации о рынках ИТ-продуктов;
ПК-4	проведение анализа инноваций в экономике, управлении и информационно-коммуникативных технологиях	<b>Знать:</b> – задачи которые должны решать отделы маркетинга и продаж,
		<b>Уметь:</b> – планировать, разрабатывать сценарии и прогнозы развития рынка ИТ
		<b>Владеть:</b>

		– принципами организации отделов маркетинга и продаж решений в области информационных технологий в компаниях;
ПК-5	проведение обследования деятельности и ИТ-инфраструктуры предприятий	Знать: – основные модели их организационной структуры
		Уметь: – сегментировать и профилировать компании заказчиков
		Владеть: – методиками прогнозирования рынка ИТ-продуктов
ПК-7	использование современных стандартов и методик, разработка регламентов для организации управления процессами жизненного цикла ИТ-инфраструктуры предприятий	Знать: – приемы и навыки работы с функциональными подразделениями, партнерами и внешней бизнес-средой.
		Уметь: – готовить коммерческие предложения и презентации и заключать сделки
		Владеть: – методиками прогнозирования рынка ИТ услуг

#### 4 Структура и содержание учебной дисциплины

##### 4.1. Структура дисциплины (модуля)

Общая трудоемкость дисциплины составляет 5 зачетные единицы, 180 часа.

##### Очная форма обучения

№ п/п	Наименование разделов и тем дисциплины (модуля)	Семестр	Недели семестра	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу студентов и трудоемкость (в часах)								Формы текущего контроля успеваемости (по неделям семестра)							
				Аудиторная работа				Самостоятельная работа				Собеседование	Коллоквиум	Проверка тестов	Проверка контр. работ	Проверка реферата	Проверка эссе и иных творческих работ	курсовая работа (проект)	Тестирование
				Всего	Лекция	Практические занятия	Лабораторные занятия	Всего	Подготовка к аудиторным занятиям	Реферат, эссе и др.	Курсовая работа (проект)								
	<b>Раздел 1. Рынки ИТ</b>																		
<b>1.</b>	Эволюция рынка ИТ.	<b>6</b>	<b>1</b>	<b>3</b>	1	2	<b>8</b>	4			4	+							
<b>2.</b>	Методы анализа рынка ИТ	<b>6</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	1	2	<b>8</b>	4			4	+							
<b>3.</b>	Основные тенденции развития рынка ИТ	<b>6</b>	<b>3</b>	<b>3</b>	1	2	<b>8</b>	4			4	+							
<b>4.</b>	Прогноз перспективных для России ИТ-технологий	<b>6</b>	<b>4</b>	<b>3</b>	1	2	<b>8</b>	4			4	+							
<b>5.</b>	Мировой и российский рынок горизонтальных бизнес-приложений.	<b>6</b>	<b>5</b>	<b>3</b>	1	2	<b>8</b>	4			4	+							

6.	Мировой и российский рынок вертикальных бизнес-приложений.	6	6	3	1	2	8	4		4	+							
7.	Мировой и российский рынок систем автоматизации производства.	6	7	3	1	2	9	4		5	+							
8.	Мировой и российский рынок системной интеграции бизнес- и ИТ-консалтинга	6	8	3	1	2	9	5		4	+							
9.	Рынок труда в отрасли ИТ.в России и ведущих государствах (США, Индия, Китай, ЕС)	6	9	3	1	2	9	4		5	+							
	<b>Раздел 2. Организация продаж в области ИТ</b>			0	0	0	0	0		0								
1.	Стратегия компании, ее маркетинга и продаж		10	3	1	2	8	4		4	+							
2.	Методология продажи решений и сервисов		11, 12	6	2	4	10	5		5	+							
3.	Особенности продажи решений		13	3	1	2	8	4		4	+							
4.	Построение партнерской сети по маркетингу и продаже решений		14	3	1	2	10	5		5	+							
5.	Построение отделов по маркетингу и продажам и методики эффективных продаж		15	3	1	2	8	4		4	+							
6.	Групповые презентации коммерческих предложений		16, 17	6	2	4	10	5		5	+							

	Подготовка к экзамену																		
Общая трудоемкость, в часах	51	17	34	129	64	65	Промежуточная аттестация												
							Форма						Семестр						
							Экзамен						6						

### Заочная форма обучения

№ п/п	Наименование разделов и тем дисциплины (модуля)	Семестр	Недели семестра	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу студентов и трудоемкость (в часах)									Формы текущего контроля успеваемости (по неделям семестра)							
				Аудиторная работа				Самостоятельная работа					Собеседование	Коллоквиум	Проверка тестов	Проверка контр. работ	Проверка реферата	Проверка эссе и иных творческих работ	курсовая работа (проект)	Тестирование
				Всего	Лекция	Практические занятия	Лабораторные занятия	Всего	Подготовка к аудиторным занятиям	Реферат, эссе и др.	Курсовая работа (проект)	Подготовка к экзамену								
	<b>Раздел 1. Рынки ИТ</b>																			
<b>1.</b>	Эволюция рынка ИТ.	<b>6</b>	<b>1</b>	<b>0,6</b>	0,3	0,3	<b>12</b>	6			6	+								
<b>2.</b>	Методы анализа рынка ИТ	<b>6</b>	<b>2</b>	<b>0,4</b>	0,2	0,2	<b>10</b>	5			5	+								
<b>3.</b>	Основные тенденции развития рынка ИТ	<b>6</b>	<b>3</b>	<b>0,6</b>	0,3	0,3	<b>10</b>	5			5	+								

4.	Прогноз перспективных для России ИТ-технологий	6	4	0,4	0,2	0,2	10	5		5	+							
5.	Мировой и российский рынок горизонтальных бизнес-приложений.	6	5	0,4	0,2	0,2	10	5		5	+							
6.	Мировой и российский рынок вертикальных бизнес-приложений.	6	6	0,6	0,3	0,3	10	5		5	+							
7.	Мировой и российский рынок систем автоматизации производства.	6	7	1	0,5	0,5	10	5		5	+							
8.	Мировой и российский рынок системной интеграции бизнес- и ИТ-консалтинга	6	8	1	0,5	0,5	10	5		5	+							
9.	Рынок труда в отрасли ИТ.в России и ведущих государствах (США, Индия, Китай, ЕС)	6	9	1	0,5	0,5	12	6		6	+							
	<b>Раздел 2. Организация продаж в области ИТ</b>			0	0	0	0	0		0								
1.	Стратегия компании, ее маркетинга и продаж		10	1,5	0,5	1	12	6		6	+							
2.	Методология продажи решений и сервисов		11, 12	1,5	0,5	1	12	6		6	+							
3.	Особенности продажи решений		13	1,5	0,5	1	12	6		6	+							
4.	Построение партнерской сети по маркетингу и продаже решений		14	1,5	0,5	1	12	6		6	+							

<b>5.</b>	Построение отделов по маркетингу и продажам и методики эффективных продаж		<b>15</b>	<b>1</b>	0,5		0,5	<b>12</b>	<b>6</b>			<b>6</b>	+							
<b>6.</b>	Групповые презентации коммерческих предложений		<b>16, 17</b>	<b>1</b>	0,5		0,5	<b>12</b>	<b>6</b>			<b>6</b>	+							
	<i>Подготовка к экзамену</i>																			
	Общая трудоемкость, в часах			14	6		8	166	83			83	Промежуточная аттестация							
																			Форма	Семестр
																				Экзамен



## **4.2. Содержание дисциплины (модуля)**

### **4.2.1. Содержание лекционного курса**

#### **Раздел 1. Рынки ИТ**

##### **1) Эволюция рынка ИТ**

Индустрия ИТ в 1950-2000 годах. Три «великих скачка» - мейнфреймы S/360, IBM PC, Интернет. Сила стандартов: IBM PC vs. Apple, UNIX vs. Microsoft. Компании-лидеры и борьба с монополизацией: IBM, Wintel. Вертикальная интеграция и горизонтальный универсализм, переход к горизонтальной цепочке создания стоимости. Экономика ключевых ИТ-рынков.

##### **2) Методы анализа рынка ИТ**

Основные источники данных и информации, различных материалов, отчетов и прогнозов по рынку ИТ. Крупнейшие аналитические компании по рынку ИТ, их методы анализа (Gartner, IDC). Методы работы аналитических компаний по анализу российского рынка ИТ. Методики проведения анализа рынка ИТ.

##### **3) Основные тенденции развития рынка ИТ**

Ключевые потребительские запросы и перспективные технологии производителей. Государственное управление, бизнес, сервисы для потребителей и образование – ключевые области развития ИТ. Эволюция структуры ИТ-отрасли. Наступающая эра потребителя. Экономика Интернет-бизнеса. Поставщики контента – новые поставщики ИТ. «Кандидаты» в список критических технологий: беспроводные технологии, широкополосные каналы, био- и нанотехнологии.

Интернет-сервисы и семантические приложения. Концепции интернет-сервисов от IBM и Microsoft. Семантические приложения: управление контентом, разумные приложения. Метаданные, таксономия, онтология, объекты. Система проектирования перечня направлений/специальностей и стандартов как пример семантического приложения.

##### **4) Прогноз перспективных для России ИТ-технологий**

Прогнозирование развития рынка ИТ в России и мире.

##### **5) Мировой и российский рынок горизонтальных бизнес-приложений**

##### **6) Мировой и российский рынок вертикальных бизнес-приложений.**

##### **7) Мировой и российский рынок систем автоматизации производства.**

##### **8) Мировой и российский рынок системной интеграции бизнес- и ИТ-консалтинга**

##### **9) Рынок труда в отрасли ИТ в России и ведущих государствах (США, Индия, Китай, Бразилия, ЕС)**

Структура рынка труда в области ИТ в США, ЕС, Индии, Китая, Бразилии и России. Структура занятости отрасли.

#### **Раздел 2. Организация продаж в области ИТ**

##### **1) Стратегия компании, ее маркетинга и продаж**

Этапы эволюции компании

- Семейная компания
- Бурный рост
- Зрелость

Движущие механизмы развития компании

Особенности развития компании на каждом этапе

## 2) Методология продажи решений и сервисов

Что такое решение? Целевая аудитория при продаже решений. Уровни деловых отношений. Участники процесса продажи. Этапы процесса. Основные документы процесса продажи. Варианты построения команды. Разбор различных решений в области ИТ: инфраструктурные и интеграционные, системы принятия решений (BI), системы управления ресурсами (ERP) системы работы с клиентами (CRM), системы коллективной работы и управления знаниями (IW), системы управления проектами (EPM). Инструментальные системы поддержки процессов продаж (CRM/Intra/extranet).

## 3) Особенности продажи решений

Продажа корпоративным заказчикам. Вариант наличия у заказчиков централизованной структуры принятия решений по информационным технологиям и в условиях децентрализованного принятия решений на местах. Анализ цепи потребностей (Pain chain analysis). Конкурентные стратегии (Пять сил по Портеру). Продажи решений в среднем и малом бизнесе. Организация маркетинговых компаний по продвижению решений.

## 4) Построение партнерской сети по маркетингу и продаже решений

Для чего нужны партнеры? Портрет партнера по продаже решений. Способы вовлечения партнеров. Методы стимулирования партнеров. Квалификация и компетенция поставщиков решений. Сегментация и выбор партнеров. Бизнес-план по решениям.

## 5) Построение отделов по маркетингу и продажам и методики эффективных продаж

Взаимодействие отдела продаж с внутренними подразделениями компании в жизненном цикле продаж решений в соответствии с методикой. Системы мотивации в отделе продаж. Уровни квалификации продавцов и система разрядов. Приемы продаж. Техника «Воронка продаж». Ведение переговоров. Навыки и приемы эффективных продавцов. Подготовка Коммерческого предложения. Презентация решения. Техника эффективных презентаций. Критерии подбора специалистов в отделы продаж. Основные компетенции для продажи решений в области ИТ.

## 6) Групповые презентации коммерческих предложений

### 4.2.2 Перечень и содержание лабораторных занятий

№п/п	№ раздела	Тематика лабораторных занятий	Кол.ч-в
1.	1	Рынок систем автоматизации в розничной торговле в мире и России	2
2.	1	Рынок систем автоматизации в телекоммуникационном бизнесе	2
3.	1	Рынок систем управления бизнес-процессами в мире и России	2
4.	1	Рынок дата-центров в мире и России	2
5.	1	Рынок социальных сетей в мире и России	2
6.	1	Рынок автоматизации в здравоохранении	2
7.	1	Рынок систем автоматизации проектирования в мире и России	2
8.	1	Рынок систем управления знаниями в мире и России	2
9.	1	Рынок систем делопроизводства в мире и России	2
10.	2	Рынок средств разработки ПО на основе открытого кода в мире и России	2
11.	2	Рынок ОС для мобильных устройств в мире и	4

		России	
12.	2	Рынок бухгалтерских систем для малого бизнеса в мире и России	2
13.	2	Рынок поисковых систем в мире и России	2
14.	2	Рынок лазерных принтеров в мире и России	2
15.	2	Темы инициативные (согласуются с преподавателем)	4

## 5 Образовательные технологии

Результаты освоения дисциплины достигаются путем чтения студентам лекций; проведения с ними лабораторных работ; использования в процессе обучения компьютерной техники и мультимедийной аппаратуры; организации самостоятельной внеаудиторной работы студентов и подготовки ими индивидуальных самостоятельных заданий.

Удельный вес занятий, проводимых в интерактивных формах, определяется главной целью программы, особенностью контингента обучающихся и содержанием конкретных дисциплин, и в целом в учебном процессе они должны составлять не менее 40% аудиторных занятий (определяется требованиями ФГОС с учетом специфики ОПОП).

## 6 Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студентов. Оценочные средства для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины.

### 6.1. План самостоятельной работы студентов очной формы обучения

№ нед.	Тема	Вид самостоятельной работы	Задание	Рекомендуемая литература	Количество часов
1	Эволюция рынка ИТ.	1. Подготовка к аудиторным занятиям	1. Изучение рекомендуемой литературы и сайтов 2. Решение контрольных вопросов по лабораторным работам	Пункты 1-3, раздела 7 (а) и 1-12 раздела 7 (б) настоящего документа	8
2	Методы анализа рынка ИТ	1. Подготовка к аудиторным занятиям	1. Изучение рекомендуемой литературы и сайтов	Пункты 1-3, раздела 7 (а) и 1-12 раздела 7 (б) настоящего документа	8
3	Основные тенденции развития рынка ИТ	1. Подготовка к аудиторным занятиям	1. Изучение рекомендуемой литературы и сайтов	Пункты 1-3, раздела 7 (а) и 1-12 раздела 7 (б) настоящего документа	8
4	Прогноз перспективных для России ИТ-технологий	1. Подготовка к аудиторным занятиям	1. Изучение рекомендуемой литературы и сайтов 2. Решение контрольных вопросов по лабораторным работам	Пункты 1-3, раздела 7 (а) и 1-12 раздела 7 (б) настоящего документа	8
5	Мировой и российский	1. Подготовка к аудиторным занятиям	1. Изучение рекомендуемой литературы и	Пункты 1-3, раздела 7 (а) и 1-12 раздела 7 (б)	8

	рынок горизонтальных бизнес-приложений.		сайтов 2. Решение контрольных вопросов по лабораторным работам	настоящего документа	
6	Мировой и российский рынок вертикальных бизнес-приложений.	1. Подготовка к аудиторным занятиям	1. Изучение рекомендуемой литературы и сайтов	Пункты 1-3, раздела 7 (а) и 1-12 раздела 7 (б) настоящего документа	8
7	Мировой и российский рынок систем автоматизации производства.	1. Подготовка к аудиторным занятиям	1. Изучение рекомендуемой литературы и сайтов	Пункты 1-3, раздела 7 (а) и 1-12 раздела 7 (б) настоящего документа	9
8	Мировой и российский рынок системной интеграции бизнес- и ИТ-консалтинга	1. Подготовка к аудиторным занятиям	1. Изучение рекомендуемой литературы и сайтов	Пункты 1-3, раздела 7 (а) и 1-12 раздела 7 (б) настоящего документа	9
9	Рынок труда в отрасли ИТ.в России и ведущих государствах (США, Индия, Китай, ЕС)	1. Подготовка к аудиторным занятиям	1. Изучение рекомендуемой литературы и сайтов	Пункты 1-3, раздела 7 (а) и 1-12 раздела 7 (б) настоящего документа	9
10	Стратегия компании, ее маркетинга и продаж	1. Подготовка к аудиторным занятиям	1. Изучение рекомендуемой литературы и сайтов	Пункты 1-3, раздела 7 (а) и 1-12 раздела 7 (б) настоящего документа	8
11, 12	Методология продажи решений и сервисов	1. Подготовка к аудиторным занятиям	1. Изучение рекомендуемой литературы и сайтов	Пункты 1-3, раздела 7 (а) и 1-12 раздела 7 (б) настоящего документа	10
13	Особенности продажи решений	1. Подготовка к аудиторным занятиям	1. Изучение рекомендуемой литературы и сайтов	Пункты 1-3, раздела 7 (а) и 1-12 раздела 7 (б) настоящего документа	8
14	Построение партнерской сети по маркетингу и продаже решений	1. Подготовка к аудиторным занятиям	1. Изучение рекомендуемой литературы и сайтов	Пункты 1-3, раздела 7 (а) и 1-12 раздела 7 (б) настоящего документа	10
15	Построение отделов по маркетингу и продажам и методики эффективных продаж	1. Подготовка к аудиторным занятиям	1. Изучение рекомендуемой литературы и сайтов	Пункты 1-3, раздела 7 (а) и 1-12 раздела 7 (б) настоящего документа	8

<b>16, 17</b>	Групповые презентации коммерческих предложений	1. Подготовка к аудиторным занятиям	1. Изучение рекомендуемой литературы и сайтов	Пункты 1-3, раздела 7 (а) и 1-12 раздела 7 (б) настоящего документа	10
---------------	--	-------------------------------------	---	---	----

### План самостоятельной работы студентов заочной формы обучения

№ нед.	Тема	Вид самостоятельной работы	Задание	Рекомендуемая литература	Количество часов
<b>1</b>	Эволюция рынка ИТ.	1. Изучение материалов по теме согласно рекомендуемой литературе	1. Изучение рекомендуемой литературы и сайтов 2. Решение контрольных вопросов по лабораторным работам	Пункты 1-3, раздела 7 (а) и 1-12 раздела 7 (б) настоящего документа	12
<b>2</b>	Методы анализа рынка ИТ	1. Изучение материалов по теме согласно рекомендуемой литературе	1. Изучение рекомендуемой литературы и сайтов	Пункты 1-3, раздела 7 (а) и 1-12 раздела 7 (б) настоящего документа	10
<b>3</b>	Основные тенденции развития рынка ИТ	1. Изучение материалов по теме согласно рекомендуемой литературе	1. Изучение рекомендуемой литературы и сайтов	Пункты 1-3, раздела 7 (а) и 1-12 раздела 7 (б) настоящего документа	10
<b>4</b>	Прогноз перспективных для России ИТ-технологий	1. Изучение материалов по теме согласно рекомендуемой литературе	1. Изучение материалов по теме согласно рекомендуемой литературе 2. Решение контрольных вопросов по лабораторным работам	Пункты 1-3, раздела 7 (а) и 1-12 раздела 7 (б) настоящего документа	10
<b>5</b>	Мировой и российский рынок горизонтальных бизнес-приложений.	1. Изучение материалов по теме согласно рекомендуемой литературе	1. Изучение материалов по теме согласно рекомендуемой литературе 2. Решение контрольных вопросов по лабораторным работам	Пункты 1-3, раздела 7 (а) и 1-12 раздела 7 (б) настоящего документа	10
<b>6</b>	Мировой и российский рынок вертикальных бизнес-приложений.	1. Изучение материалов по теме согласно рекомендуемой литературе	1. Изучение рекомендуемой литературы и сайтов	Пункты 1-3, раздела 7 (а) и 1-12 раздела 7 (б) настоящего документа	10
<b>7</b>	Мировой и российский рынок систем	1. Изучение материалов по теме согласно	1. Изучение рекомендуемой литературы и	Пункты 1-3, раздела 7 (а) и 1-12 раздела 7 (б)	10

	автоматизации производства.	рекомендуемой литературе	сайтов	настоящего документа	
8	Мировой и российский рынок системной интеграции бизнес- и ИТ-консалтинга	1. Изучение материалов по теме согласно рекомендуемой литературе	1. Изучение рекомендуемой литературы и сайтов	Пункты 1-3, раздела 7 (а) и 1-12 раздела 7 (б) настоящего документа	10
9	Рынок труда в отрасли ИТ в России и ведущих государствах (США, Индия, Китай, ЕС)	1. Изучение материалов по теме согласно рекомендуемой литературе	1. Изучение рекомендуемой литературы и сайтов	Пункты 1-3, раздела 7 (а) и 1-12 раздела 7 (б) настоящего документа	12
10	Стратегия компании, ее маркетинга и продаж	1. Изучение материалов по теме согласно рекомендуемой литературе	1. Изучение рекомендуемой литературы и сайтов	Пункты 1-3, раздела 7 (а) и 1-12 раздела 7 (б) настоящего документа	12
11, 12	Методология продажи решений и сервисов	1. Изучение материалов по теме согласно рекомендуемой литературе	1. Изучение рекомендуемой литературы и сайтов	Пункты 1-3, раздела 7 (а) и 1-12 раздела 7 (б) настоящего документа	12
13	Особенности продажи решений	1. Изучение материалов по теме согласно рекомендуемой литературе	1. Изучение рекомендуемой литературы и сайтов	Пункты 1-3, раздела 7 (а) и 1-12 раздела 7 (б) настоящего документа	12
14	Построение партнерской сети по маркетингу и продаже решений	1. Изучение материалов по теме согласно рекомендуемой литературе	1. Изучение рекомендуемой литературы и сайтов	Пункты 1-3, раздела 7 (а) и 1-12 раздела 7 (б) настоящего документа	12
15	Построение отделов по маркетингу и продажам и методики эффективных продаж	1. Изучение материалов по теме согласно рекомендуемой литературе	1. Изучение рекомендуемой литературы и сайтов	Пункты 1-3, раздела 7 (а) и 1-12 раздела 7 (б) настоящего документа	12
16, 17	Групповые презентации коммерческих предложений	1. Изучение материалов по теме согласно рекомендуемой литературе	1. Изучение рекомендуемой литературы и сайтов	Пункты 1-3, раздела 7 (а) и 1-12 раздела 7 (б) настоящего документа	12

## 6.2. Методические указания по организации самостоятельной работы студентов

Каждый студент должен вести самостоятельную работу по основным разделам дисциплины в объемах, не меньших, чем указано программой.

Самостоятельная подготовка к лабораторным работам. В начале каждой лабораторной работы производится контроль в виде экспресс-опроса. Для понимания материала лабораторного занятия необходимо изучить вопросы предшествующих лекций по лекциям и основной литературе и, если возможно, познакомиться с дополнительной литературой.

Для самостоятельной подготовки студентов к темам лекций, к текущему и итоговому контролю необходимо использовать рекомендованную основную и дополнительную литературу.

### 6.3. Материалы для проведения текущего и промежуточного контроля знаний студентов

№ п\п	Вид контроля	Контролируемые разделы	Компетенции, компоненты которых контролируются
1.	Контрольные вопросы по лабораторной работе 1	1	ПК-1, ПК-4 ПК-5 ПК-7
2.	Контрольные вопросы по лабораторной работе 2	1	ПК-1, ПК-4 ПК-5 ПК-7
3.	Контрольные вопросы по лабораторной работе 3	2	ПК-1, ПК-4 ПК-5 ПК-7
4.	Контрольные вопросы по лабораторной работе 4	2	ПК-1, ПК-4 ПК-5 ПК-7

Контроль освоения компетенции выполняется для компетенций (ПК-1, ПК-4 ПК-5 ПК-7) путем оценки степени способности студента осваивать соответствующий материал и способность использовать его для решения задач по темам курса.

Текущий контроль успеваемости в виде контрольных точек проводится по результатам 4 лабораторных работ, каждая из которых оценивается по **15** баллов. Количество контрольных точек и сроки их проведения в семестре устанавливается по решению деканата.

### 6.4. Примерные контрольные вопросы по лабораторным работам:

1. Изменение структуры компании
2. Изменение структуры отдела продаж
3. Внедрение системы управления в отделе продаж
4. Формирование потребности в стратегическом управлении компании
5. Стратегии продаж на каждом этапе развития компании
6. Изменения в требованиях, определяющих уровень профессионализма сотрудников отдела продаж
7. Закономерности в подборе персонала на разных этапах развития компании
8. Что такое ИТ стратегия компании и как она влияет на принятие решений о покупке ИТ решений?
9. Объясните термин ЛПР (лицо, принимающее решение)? Кто такой спонсор проекта?
10. Что такое маркетинговая компания?
11. Какие пять сил влияют на принятие бизнес-решения о закупке информационной технологии?
12. Чем отличаются продажи решений на корпоративном рынке от продаж среднему и малому бизнесу?
13. Назовите последовательность этапов процесса продажи
14. Наиболее интересный для продавца уровень деловых отношений

15. Для каких целей необходим процесс продажи?
16. На каком этапе заказчику объясняется ценность решения для бизнеса?
17. На каком этапе появляется документ «Критерии успеха»?
18. Какова роль партнеров в процессе продажи решений?
19. Какая модель сорсинга соответствует высокой развитости рынка и ориентации заказчика на покупку внешних ресурсов?
20. Назовите основные способы вовлечения партнеров в проекты?
21. Перечислите основные требования к квалификации партнеров?
22. Что определяет Бизнес-план по решениям?
23. Что такое специалист по продвижению решений и чем он отличается от менеджера заказчика по продажам?
24. Что такое управление по целям и как оно помогает взаимодействию в команде?
25. Какие виды мотивации продавцов существуют?
26. Какие уровни квалификации и разрядов применяются в отделах продаж, и какие компетенции требуются развивать для карьерного роста в компании?
27. Что такое «Воронка продаж»?

### **6.5. Вопросы для экзамена:**

1. Выбрать правильную последовательность в иерархии потребностей (от низшей к высшей) для компаний, находящихся на разных ступенях развития: Устойчивость оборотов; обеспечение выживания; получение социальной значимости; стать лидером на рынке; добиться признания на рынке;
2. На какой стадии развития бизнеса компании появляется отдел продаж с активными продавцами?
3. От какого бюджета зависит производственный бюджет компании?
4. Кого чаще всего в коммерческой компании акционеры выбирают генеральным директором?
5. На какой стадии развития компании отдел продуктового маркетинга начинает зависеть от отдела продаж?
6. Назовите правильную последовательность этапов процесса продажи услуг и/или решений?
7. Наиболее интересный для продавца уровень деловых отношений?
8. Для каких целей необходим процесс продажи?
9. При продаже ИТ-решений важно акцентироваться на технологических достоинствах решения; опыте реализации подобных решений, имеющихся у вашей компании ...
10. На каком этапе появляется документ «Критерии успеха»?
11. Какой из ниже приведенных наборов сил наилучшим образом описывает внешние факторы, влияющие на принятие решения о расходовании денежных средств предприятия: Владельцы; Поставщики; Партнеры...
12. Какой должна быть миссия компании?
13. Затраты на покупку не включают: Денежные затраты; Время на покупку ...
14. Что является Основными конкурентными силами на рынке? Существующие конкуренты
15. Что такое конкурентная стратегия - атака с фланга?
16. Какова роль партнеров в процессе продажи решений?
17. Какая модель сорсинга соответствует высокой развитости рынка и ориентации заказчика на покупку внешних ресурсов?
18. Назовите основные способы вовлечения партнеров в проекты?
19. Перечислите основные категории требований к квалификации партнеров?
20. Что определяет Бизнес-план по решениям?
21. Какие недостатки видят заказчики в продавцах?



22. Какие основные недостатки продавцов при осуществлении продажи?
23. Что такое метод преодоления возражений заказчика по цене?
24. Что позволяет руководителям отделов продаж процесс планирования продаж?
25. Что должен продавец запросить у отдела маркетинга при продвижении услуги и/или товара Заказчику?

## **7 Учебно-методическое и информационное обеспечение учебной дисциплины**

### **а) Основная литература:**

1. Информационные технологии в менеджменте. [Электронный ресурс] — Электрон. дан. — СПб. : СПбГУ, 2010. — 150 с. — Режим доступа: <http://e.lanbook.com/book/47525>
2. Технология информационного обеспечения бизнеса. [Электронный ресурс] — Электрон. дан. — Минск : "Вышэйшая школа", 2011. — 144 с. — Режим доступа: <http://e.lanbook.com/book/65335>
3. Концепция развития рынка информационных технологий в Российской Федерации. <http://www.minsvyaz.ru/ministry/documents/816/1640.shtml>

### **б) дополнительная литература:**

1. Артюшенко, В.М. Информационные технологии и управляющие системы. [Электронный ресурс] / В.М. Артюшенко, Т.С. Аббасова, Ю.В. Стреналюк, В.И. Привалов. — Электрон. дан. — М. : Научный консультант, 2015. — 184 с. — Режим доступа: <http://e.lanbook.com/book/73971>
2. Александров, Д.В. Инструментальные средства информационного менеджмента. CASE-технологии и распределенные информационные системы. [Электронный ресурс] — Электрон. дан. — М. : Финансы и статистика, 2011. — 224 с. — Режим доступа: <http://e.lanbook.com/book/5306>
3. Cnews.ru <http://www.cnews.ru/>
4. CRN <http://www.crn.ru/>
5. Computerworld <http://www.osp.ru/cw/>
6. Intelligent Enterprise <http://www.iemag.ru/>
7. IT Research Library @ Forbes.com [http://itresearch.forbes.com/data/web/fbs/fbs\\_index.jsp](http://itresearch.forbes.com/data/web/fbs/fbs_index.jsp)
8. Bitpipe.com : IT Information: White Papers, Product Literature, Webcasts and Case Studies <http://www.bitpipe.com/>
9. Открытые системы <http://www.osp.ru/os/>
10. Директор информационной службы (CIO.RU) <http://www.osp.ru/cio/>
11. СIO: руководитель информационной службы <http://www.cio-world.ru/>
12. Электронные ресурсы на сайте библиотеки ГУ-ВШЭ <http://library.hse.ru>

## **8 Материально-техническое обеспечение учебной дисциплины**

Для проведения практических занятий по дисциплине "Маркетинг в сфере информационно-коммуникационных технологий" необходим компьютерный класс с персональными компьютерами.

Рабочая программа дисциплины «Маркетинг в сфере информационно-коммуникационных технологий» составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки 38.03.05 «Бизнес-информатика».

Программу составили:

1.Голдуева Д.А., доцент кафедры ЭК \_\_\_\_\_  
(подпись)

**Настоящая программа не может быть воспроизведена ни в какой форме без предварительного письменного разрешения кафедры-разработчика программы.**

Программа одобрена на заседании кафедры «Экономическая кибернетика»

Протокол № \_\_\_\_ от «\_\_\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_ года

Зав. кафедрой «Экономическая кибернетика» \_\_\_\_\_ Федотов Н.Г.  
(подпись)

Программа согласована с заведующим выпускающей кафедрой \_\_\_\_\_  
«Экономическая кибернетика» \_\_\_\_\_ Федотов Н.Г.  
\_\_\_\_\_  
(название кафедры) (подпись, Ф.И.О., дата)

Программа одобрена методической комиссией факультета Экономики и управления

Протокол № \_\_\_\_ от «\_\_\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_ года

Председатель методической комиссии  
факультета Экономики и управления \_\_\_\_\_  
(подпись) (Ф.И.О.)

**Сведения о переутверждении программы на очередной учебный год и регистрации изменений**

Учебный год	Решение кафедры (№ протокола, дата, подпись зав. кафедрой)	Внесенные изменения	Номера листов (страниц)		
			заменен- ных	новых	аннулиро- ванных