



Государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования  
Московской области

**ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ**  
имени дважды Героя Советского Союза, летчика-космонавта А.А. Леонова

Проректор по учебно-методической работе



УТВЕРЖДАЮ

Н.В. Бабина

«15» июля 2022 г.

**ИНСТИТУТ ПРОЕКТНОГО МЕНЕДЖМЕНТА И ИНЖЕНЕРНОГО  
БИЗНЕСА**

**КАФЕДРА ЭКОНОМИКИ**

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА**

**ДИСЦИПЛИНЫ**

**«ЭКОНОМИКА И АНАЛИЗ РЫНКА ИС И ИКТ»**

**Направление подготовки:** 38.03.05 Бизнес-информатика

**Профиль:** Инжиниринг бизнес-процессов

**Уровень высшего образования:** бакалавриат

**Форма обучения:** очная

Королев  
2022

Рабочая программа является составной частью основной профессиональной образовательной программы и проходит рецензирование со стороны работодателей в составе основной профессиональной образовательной программы. Рабочая программа актуализируется и корректируется ежегодно.

**Автор:** Смирнова П. В. Рабочая программа дисциплины: «Экономика и анализ рынка ИС и ИКТ» – Королев МО: «МГОТУ», 2022 г.

Рецензент: д.э.н., профессор Меньшикова М.А.

Рабочая программа составлена в соответствии с требованиями федерального государственного образовательного стандарта высшего профессионального образования по направлению подготовки бакалавров 38.03.05 «Бизнес-информатика» и Учебного плана, утвержденного Ученым советом «МГОТУ». Протокол №9 от 12 апреля 2022 г.

**Рабочая программа рассмотрена и одобрена на заседании кафедры:**

Заведующий кафедрой (ФИО, ученая степень, звание, подпись)	Меньшикова М. А., д.э.н, профессор 			
Год утверждения (переутверждения)	2022	2023	2024	2025
Номер и дата протокола заседания кафедры	№ 8 от 25.03.2022			

**Рабочая программа согласована:**

Руководитель ОПОП ВО  к.э.н., доц. Е. И. Корженевская

**Рабочая программа рекомендована на заседании УМС:**

Год утверждения (переутверждения)	2022	2023	2024	2025
Номер и дата протокола заседания УМС	№7 от 15.06.2022			

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

**Целью преподавания** дисциплины является:

Формирование у студентов представлений о методах и технологии проведения рынка информационных систем (ИС) и информационно-коммуникационных технологий (ИКТ), умения проводить анализ и оценку рынка ИС и ИКТ, навыков решения задач выбора ИС и ИКТ для управления бизнесом.

Основными **задачами изучения** дисциплины является:

- овладение основными понятиями и умение их использовать в профессиональной деятельности;
- приобретение навыков проведения анализа и оценки рынка ИС и ИКТ, а также представления результатов исследования;
- приобретение навыков решения задач выбора ИС и ИКТ для целей оптимизации бизнес-процессов и повышения эффективности деятельности организации.

Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций выпускника:

- УК-10 - способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности;
- ОПК-2 - способен проводить исследование и анализ рынка информационных систем и информационно-коммуникационных технологий, выбирать рациональные решения для управления бизнесом;

<b>Показатель освоения компетенций отражают следующие индикаторы</b>		
<b>Трудовые действия</b>	<b>Необходимые умения</b>	<b>Необходимые знания</b>
Использует финансовые инструменты для управления личными финансами (личным бюджетом), контролирует собственные экономические и финансовые риски	Применяет методы личного экономического и финансового планирования для достижения текущих и долгосрочных финансовых целей	Понимает базовые принципы функционирования экономики и экономического развития, цели и формы участия государства в экономике
Разрабатывает и выбирает рациональные решений в области ИС и ИКТ для управления бизнесом	Проводит исследования и анализ рынка ИС и ИКТ, выбирает рациональные решения для управления бизнесом	Имеет представление об основах информационных технологий, экономики и анализа рынка ИС и ИКТ, основах бизнеса

## 2. Место дисциплины в структуре ОПОП ВО

Дисциплина «Экономика и анализ рынка ИС и ИКТ» относится к дисциплинам обязательной части основной профессиональной образовательной программы подготовки бакалавров по направлению 38.03.05 «Бизнес-информатика» профиль «Инжиниринг бизнес-процессов».

Дисциплина базируется на знаниях, полученных по ранее изученным дисциплинам: «Основы алгоритмизации и программирования», «Электронный бизнес», «Бизнес и инновации в сфере ИТ» и компетенций: УК-2, ОПК-3, ПК-3, ПК-5, ПК-8, ПК-11.

Основные положения дисциплины должны быть использованы в дальнейшем при подготовке выпускной квалификационной работы.

## 3. Объем дисциплины и виды учебной работы

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетные единицы, 108 часов.

Таблица 1

Виды занятий	Всего часов	Семестр 5	Семестр 6	Семестр 7	Семестр 8
<b>Общая трудоемкость</b>	<b>108</b>			<b>108</b>	
<b>ОЧНАЯ ФОРМА ОБУЧЕНИЯ</b>					
<b>Аудиторные занятия</b>	<b>48</b>			<b>48</b>	
Лекции (Л)	16			16	
Практические занятия (ПЗ)	32			32	
Лабораторные работы (ЛР)	-			-	
<b>Самостоятельная работа</b>	<b>60</b>			<b>60</b>	
Курсовые работы (проекты)	-			-	
Расчетно-графические работы	-			-	
Контрольная работа, домашнее задание	+			+	
Текущий контроль знаний (7 - 8, 15 - 16 недели)	Тест			Тест	
Вид итогового контроля	Зачет			Зачет	

## 4. Содержание дисциплины

### 4.1. Темы дисциплины и виды занятий

Таблица 2

Наименование тем	Лекции, час.	Практические занятия, час.	Занятия в интерактивной форме, час.	Код компетенций
Тема 1. Экономические особенности рынка ИС и ИКТ. Состав и структура рынка	4	8	2	УК-10 ОПК-2
Тема 2 Маркетинговый анализ рынка ИКТ	2	4	2	УК-10 ОПК-2
Тема 3. Организация продаж в области ИКТ	6	12	4	УК-10 ОПК-2
Тема 4. Промышленный (B2B) маркетинг	4	8	4	УК-10 ОПК-2
<b>Итого</b>	<b>16</b>	<b>32</b>	<b>12</b>	

### 4.2. Содержание тем дисциплины

#### **Тема 1. Экономические особенности рынка ИС и ИКТ. Состав и структура рынка**

Основные понятия: ИКТ, сектор ИКТ, рынок ИКТ. Подходы к описанию структуры товарного рынка ИКТ: ЕІТО, ІТУ, ІДС, классификатор Минкомсвязи. Товарный состав рынка ИКТ. Функции и детализация ІТ-услуг. Задачи использования ІТК фирмами. Современное состояние рынка ІС и ІКТ: затраты организаций на цифровые технологии, использование цифровых технологий в организациях.

Особенности и тенденции развития мирового рынка информационных технологий, формирование глобального рынка ИКТ. Особенности формирования российского рынка ІС и ІКТ. Барьеры, препятствующие развитию рынка ІКТ. Основные направления обеспечения государственной поддержки развития рынка ІКТ.

#### **Тема 2 Маркетинговый анализ рынка ИКТ**

Методическое обеспечение маркетинговых исследований рынка ІС и ІКТ. Источники информации и методы анализа рынка. Методика проведения

маркетинговых исследований рынка ИКТ. Механизм оценки и прогнозирования развития рынка. Компании, выполняющие аналитическую оценку ИКТ-рынков, их методики и основные материалы.

### **Тема 3. Организация продаж в области ИКТ**

Управление комплексом маркетинга. Организация, планирование и контроль маркетинга и продаж в сфере ИКТ. Разработка рекламной компании, конференции или PR-компании, позволяющих привлечь потребителей к новому ИТ-продукту. Анализ вариантов вывода или продвижения ИТ-продукта на рынок. Продвижение инновационных программно - информационных продуктов и услуг. Определение направленности информационных потребностей клиентов и оптимальных способов удовлетворения этих потребностей. методики оценки поведения потребителя на рынке информационно-коммуникационных технологий. Методы воздействия на целевую аудиторию на рынке информационно-коммуникационных технологий. Организация продаж в сети Интернет. Методики эффективных продаж. Спецификация организации продаж на рынке ИКТ.

### **Тема 4. Промышленный (B2B) маркетинг**

Характеристика особенностей промышленного рынка. Формирование и анализ товарной политики на промышленном рынке. Особенности покупки и сбыта на промышленном рынке. Политика продвижения на промышленном рынке.

#### **5. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы по дисциплине**

Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины приведены в Приложении 2.

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

Структура фонда оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине приведена в Приложении 1.

#### **7. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины**

##### **Основная литература:**

1. Рынки информационно-коммуникационных технологий и организация продаж : учебник / В.Н. Наумов. — М. : ИНФРА-М, 2019. — 404 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). — [www.dx.doi.org/10.12737/21026](http://www.dx.doi.org/10.12737/21026). - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/995939>

## Дополнительная литература:

1. Информационные системы в экономике : учебное пособие / К.В. Балдин. - Москва : ИНФРА-М, 2022. - 218 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). - ISBN 978-5-16-005009-6. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1817522>
2. Информационные системы предприятия : учеб. пособие / А.О. Варфоломеева, А.В. Коряковский, В.П. Романов. — 2-е изд., перераб. и доп. — М. : ИНФРА-М, 2019. — 330 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). — [www.dx.doi.org/10.12737/21505](http://www.dx.doi.org/10.12737/21505). - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/1002067>
3. Международный рынок консалтинговых услуг в России / Сударьянто Я.П. - М.:Дашков и К, 2018. - 240 с.: ISBN 978-5-394-02193-0 - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/430417>
4. Управление проектами информационных систем : учеб. пособие / Л.А. Сысоева, А.Е. Сатунина. — М. : ИНФРА-М, 2019. — 345 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). — [www.dx.doi.org/10.12737/textbook\\_5cc01bbf923e13.56817630](http://www.dx.doi.org/10.12737/textbook_5cc01bbf923e13.56817630). - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/953767>

## Рекомендуемая литература

1. Федеральный закон от 27.07.2006 № 149-ФЗ «Об информационных технологиях и о защите информации»
2. Приказ Министерства связи и массовых коммуникаций РФ от 31.05.2013 № 12 «Об утверждении методических указаний по осуществлению учета информационных систем и компонентов информационно-телекоммуникационной инфраструктуры»
3. Приказ Минкомсвязи России от 07.12.2015 № 515 «Об утверждении собирательных классификационных группировок “Сектор информационно-коммуникационных технологий”». URL: <http://www.minsvyaz.ru/ru/events/34655>
4. Бородич, С. А. Эконометрика. Практикум : учебное пособие / С.А. Бородич. — Москва : ИНФРА-М, 2021. — 329 с. : ил. — (Высшее образование: Бакалавриат). - ISBN 978-5-16-009429-8. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1228789> (дата обращения: 20.09.2022). – Режим доступа: по подписке.
5. Лутошкин И. В. Математические модели рекламных расходов: учеб. пособие для вузов / И. В. Лутошкин; УлГУ, ИЭиБ. - Ульяновск: УлГУ, 2016. - 93 с.
6. Резникова, Н. П. Маркетинг в отрасли инфокоммуникаций : учебное пособие / Н. П. Резникова, Е. Г. Кухаренко ; под редакцией Н. П. Резниковой. — Москва : Горячая линия-Телеком, 2018. — 152 с. — ISBN 978-5-9912-0343-2. — Текст : электронный // Лань : электронно-

библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/111092> (дата обращения: 21.09.2022). — Режим доступа: для авториз. пользователей.

7. Цифровая экономика: 2022: краткий статистический сборник / Г. И. Абдрахманова, С. А. Васильковский, К. О. Вишневецкий и др.; Нац. исслед. ун-т «Высшая школа экономики». — М.: НИУ ВШЭ, 2022. — 12 с. - <https://issek.hse.ru/mirror/pubs/share/552091260.pdf>
8. Чернышева А. М. Промышленный (B2B) маркетинг: учебник и практикум для вузов / А.М. Чернышева, Т. Н. Якубова. - 2-е изд. - Москва: Издательство Юрайт, 2022. - 427 с. - (Высшее образование)

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

### **Электронные библиотечные системы**

1. Университетская библиотека онлайн - <http://biblioclub.ru/>
2. Лань - <http://e.lanbook.com/>
3. Знаниум - <https://znanium.com/>

### **Электронные ресурсы библиотеки МГОТУ**

<https://unitech-mo.ru/library/resources/>

### **Интернет-ресурсы**

1. Сайт исследовательской компании Forrester Research: <http://www.forrester.com>
2. «TAdviser - портал выбора технологий и поставщиков»: <http://www.tadviser.ru>
3. «Аналитическая компания ITResearch»: <http://www.itresearch.ru>
4. «Маркетинг журнал 4p.ru»: <http://www.4p.ru/main/index.php>
5. «CNews.ru - издание о высоких технологиях»: <http://www.cnews.ru/>.
6. РосБизнесКонсалтинг (материалы аналитического и обзорного характера): <http://www.rbc.ru>
7. Научная электронная библиотека «КиберЛенинка»: <https://cyberleninka.ru/>

## **9. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине**

**Перечень программного обеспечения: MS Office**

## **10. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине**

**Лекционные занятия:**

- аудитория, оснащенная презентационной техникой (компьютер, проектор, экран);

**Практические занятия:**

- - рабочее место преподавателя, оснащенное компьютером с доступом к локальной сети университета и в Интернет;
- - рабочие места студентов, оснащенные компьютерами с доступом к локальной сети университета и в Интернет.

**ИНСТИТУТ ПРОЕКТНОГО МЕНЕДЖМЕНТА И ИНЖЕНЕРНОГО  
БИЗНЕСА**

**КАФЕДРА ЭКОНОМИКИ**

**ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ  
ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО  
ДИСЦИПЛИНЕ  
«ЭКОНОМИКА И АНАЛИЗ РЫНКА ИС И ИКТ»**

(Приложение 1 к рабочей программе)

Направление подготовки: 38.03.05 Бизнес-информатика

Профиль: Инжиниринг бизнес-процессов

Уровень высшего образования: бакалавриат

Форма обучения: очная

Королев  
2022

# 1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы

№ п/п	Индекс компетенции	Содержание компетенции (или ее части)*	Раздел дисциплины, обеспечивающий формирование компетенции (или ее части)	В результате изучения раздела дисциплины, обеспечивающего формирование компетенции (или ее части), обучающийся должен:		
				Трудовые действия	Необходимые умения	Необходимые знания
1.	УК-10	способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности	Темы 1-4	Использует финансовые инструменты для управления личными финансами (личным бюджетом), контролирует собственные экономические и финансовые риски	Применяет методы личного экономического и финансового планирования для достижения текущих и долгосрочных финансовых целей	Понимает базовые принципы функционирования экономики и экономического развития, цели и формы участия государства в экономике
2	ОПК-2	способен проводить исследование и анализ рынка информационных систем и информационных технологий, выбирать рациональные решения для управления бизнесом	Темы 1-4	Разрабатывает и выбирает рациональные решения в области ИС и ИКТ для управления бизнесом	Проводит исследования и анализ рынка ИС и ИКТ, выбирает рациональные решения для управления бизнесом	Имеет представление об основах информационных технологий, экономики и анализа рынка ИС и ИКТ, основах бизнеса

## 2. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания

Код компетенции	Инструменты, оценивающие сформированность компетенции	Показатель оценивания компетенции	Критерии оценки
УК-10 ОПК-2	Доклад в форме презентации	<p>А) полностью сформирована (компетенция освоена на высоком уровне) – 5 баллов;</p> <p>Б) частично сформирована:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• компетенция освоена на продвинутом уровне – 4 балла;</li> <li>• компетенция освоена на базовом уровне – 1-3 балла;</li> </ul> <p>В) не сформирована (компетенция не освоена) – 0 баллов</p>	<p>Проводится устно с использованием мультимедийных систем, а также с использованием технических средств</p> <p>Время, отведенное на процедуру – 10 - 15 мин.</p> <p>Неявка – 0.</p> <p>Критерии оценки:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1.Соответствие представленной презентации заявленной тематике (1 балл).</li> <li>2.Качество источников и их количество при подготовке доклада и разработке презентации (1 балл).</li> <li>3.Владение информацией и способность отвечать на вопросы аудитории (1 балл).</li> <li>4.Качество самой представленной презентации (1 балл).</li> <li>5.Оригинальность подхода и всестороннее раскрытие выбранной тематике (1 балл).</li> </ol> <p>Максимальная сумма баллов - 5 баллов.</p> <p>Результаты оценочной процедуры представляются обучающимся в срок не позднее 1 недели после проведения процедуры – для текущего контроля. Оценка проставляется в электронный журнал.</p>
УК-10 ОПК-2	Реферат	<p>А) полностью сформирована (компетенция освоена на высоком уровне) – 5 баллов;</p> <p>Б) частично</p>	<p>Проводится в письменной форме</p> <p>Критерии оценки:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1.Соответствие содержания реферата заявленной</li> </ol>

		<p>сформирована:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>компетенция освоена на продвинутом уровне – 4 балла;</li> <li>компетенция освоена на базовом уровне – 1-3 балла;</li> </ul> <p>В) не сформирована (компетенция не освоена) – 0 баллов</p>	<p>тематике (1 балл).</p> <p>2.Качество источников и их количество при подготовке работы (1 балл).</p> <p>3.Владение информацией и способность отвечать на вопросы аудитории (1 балл).</p> <p>4.Качество самой представленной работы (1 балл).</p> <p>5.Оригинальность подхода и всестороннее раскрытие выбранной тематики (1 балл).</p> <p>Максимальная сумма баллов - 5 баллов.</p> <p>Результаты оценочной процедуры представляются обучающимся в срок не позднее 1 недели после проведения процедуры – для текущего контроля. Оценка проставляется в электронный журнал.</p>
УК-10 ОПК-2	Контрольная работа	<p>А) полностью сформирована (компетенция освоена на высоком уровне) – 5 баллов;</p> <p>Б) частично сформирована:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>компетенция освоена на продвинутом уровне – 4 балла;</li> <li>компетенция освоена на базовом уровне – 1-3 балла;</li> </ul> <p>В) не сформирована (компетенция не освоена) – 0 баллов</p>	<p>Проводится в письменной форме</p> <p>Критерии оценки:</p> <p>1.Соответствие содержания контрольной работы заявленной тематике (1 балл).</p> <p>2.Качество источников и их количество при подготовке работы (1 балл).</p> <p>3.Владение информацией и способность отвечать на вопросы аудитории (1 балл).</p> <p>4.Качество самой представленной работы (1 балл).</p> <p>5.Оригинальность подхода и всестороннее раскрытие выбранной тематики (1 балл).</p> <p>Максимальная сумма баллов - 5 баллов.</p> <p>Результаты оценочной процедуры представляются</p>

			обучающимся в срок не позднее 1 недели после проведения процедуры – для текущего контроля. Оценка предоставляется в электронный журнал.
--	--	--	---

**3. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы**

**Примерная тематика докладов в презентационной форме**

1. Каналы сбыта на рынке ИКТ
2. Аутсорсинг в сфере ИТ: основные направления и тенденции развития
3. Основные участники рынка ИТ-консалтинга
4. Основные участники рынка телекоммуникаций
5. Как оценить рост производительности труда как результат внедрения ИТ-решений
6. Как оценить качество управленческих решений и за счет чего может вырасти качество УР при внедрении ИТ-решений
7. Основные решения в области интеграции партнерских бизнес-процессов
8. Особенности информационных и коммуникационных технологий как товара
9. Основные этапы развития рынка ИКТ
10. Инфраструктура рынка ИКТ
11. Основные участники рынка ИКТ
12. Условия, особенности и механизм функционирования рынка ИКТ
13. Составляющие рынка информационных продуктов и услуг в России
14. Особенности рынка ИКТ
15. Конкуренция на рынке ИКТ
16. Стратегия развития фирм на рынке ИКТ
17. Мировые рынки ИКТ (по сегментам)
18. Российский рынок ИКТ (по сегментам)
19. Рынок программного обеспечения. Характеристика, проблемы, тенденции развития
20. Рынок телекоммуникаций. Характеристика, проблемы, тенденции развития
21. Рынок ИТ-услуг. Характеристика, проблемы, тенденции развития
22. Перспективы развития рынка аппаратных средств
23. Перспективы развития рынка программного обеспечения
24. Перспективы развития рынка компьютерных услуг.
25. Понятие и значение маркетинга в деятельности фирм на рынке ИКТ
26. Методика поиска, обработки и представления данных о рынке ИКТ

27. Основные понятия, категории, модели, методы маркетинговых исследований рынка ИКТ
28. Основные источники информации о рынке ИКТ.
29. Методики проведения анализа рынка ИКТ
30. Маркетинговые исследования рынка ИКТ
31. Источники информации о рынке ИКТ
32. Аналитические компании на рынке ИКТ
33. Основы организации продаж в сфере ИС и ИКТ
34. Системы продвижения товаров на рынке ИКТ
35. Формирование и развитие потребности у клиентов в ИТ-отрасли
36. Продвижение инновационных программно - информационных продуктов и услуг
37. Особенности активного привлечения клиентов в ИТ-отрасли.
38. Инструменты и методы управления отделом продаж в ИТ-компании.

### **Примерная тематика рефератов**

1. Функции ИИС управления и их содержание
2. Автоматизированные системы управления технологическими процессами, основные понятия и определения
3. Информационно-вычислительные и управляющие функции
4. Методики представления информации для формализации требований пользователей/заказчика
5. Действия и операции роли «менеджер проекта» в рамках ИТ управления.
6. Основные понятия патентного права.
7. Рыночная стратегия в связи с охраной прав. Информационная стратегия в области патентного права.
8. Основные функции менеджмента проекта и их моделирование в ИТ решениях
9. Структура процессов жизненного цикла программных систем
10. Системный подход в методологии моделирования
11. Моделирование распределенной системы
12. Методики обследования организаций, выявления информационных потребностей пользователей, формирования требований к информационной системе
13. Процессы аттестации, верификации, аудита и обеспечения качества
14. Методология проведения предпроектного анализа.
15. Основные функции товарного знака
16. Этапы и тенденции развития информационно-коммуникационных технологий
17. Структура рынка информационно-коммуникационных технологий
18. Прогноз перспективных для России ИТ-технологий
19. Механизм оценки и прогнозирования развития рынка ИКТ-услуг
20. Рынок аппаратного обеспечения. Характеристика, проблемы,

- тенденции развития
21. Рынок программного обеспечения. Характеристика, проблемы, тенденции развития
  22. Рынок телекоммуникаций. Характеристика, проблемы, тенденции развития. 8. Рынок ИТ-услуг
  23. Характеристика, проблемы, тенденции развития
  24. Текущее состояние рынка информационно-коммуникационных технологий в России (основные события года на рынке ИКТ)
  25. Общемировые тенденции развития рынка ИКТ
  26. Барьеры, препятствующие развитию рынка ИКТ
  27. Основные направления обеспечения государственной поддержки развития рынка информационно-коммуникационных технологий
  28. Компании, производящие аналитические оценки ИКТ-рынков, их методики и основные материалы
  29. Основные понятия, категории, модели, методы маркетинговых исследований рынка ИКТ
  30. Методика поиска, обработки и представления данных о рынке ИКТ
  31. Методика проведения маркетинговых исследований рынка информационно-коммуникационных технологий
  32. Информационно-коммуникационные технологии как инструмент конкурентоспособности компаний и государственных органов
  33. Оценка конкурентоспособности информационного продукта и информационной услуги: показатели, методика оценки
  34. Основы организации продаж в сфере ИС и ИКТ
  35. Спецификация организации продаж на рынке ИКТ
  36. Продвижение инновационных программно-информационных продуктов и услуг
  37. Основные методики оценки поведения потребителя на рынке информационно-коммуникационных технологий. Методы воздействия на целевую аудиторию на рынке ИКТ

#### **Тематика контрольных работ**

1. Разработка маркетинговой кампании, позволяющей привлечь потребителей к новому ИТ-продукту, включая выбор и обоснование

#### **4. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций**

Формами контроля знаний по дисциплине «Экономика и анализ рынка ИС и ИКТ» являются две текущие аттестации в виде тестов и промежуточная аттестация в виде зачета в устной форме.

Неделя текущего контроля	Вид оценочного средства	Код компетенций, оценивающих знания, умения, навыки	Содержание оценочного средства	Требования к выполнению	Срок сдачи (неделя семестра)	Критерии оценки по содержанию и качеству с указанием баллов
Проводится в сроки, установленные графиком образовательного процесса	тестирование	УК-10 ОПК-2	25 вопросов	Компьютерное тестирование; время отведенное на процедуру - 30 минут	Результаты тестирования предоставляются в день проведения процедуры	Критерии оценки определяются процентным соотношением. Неявка - 0 Удовлетворительно - от 51% правильных ответов. Хорошо - от 70%. Отлично – от 90%. Максимальная оценка – 5 баллов.
Проводится в сроки, установленные графиком образовательного процесса	тестирование	УК-10 ОПК-2	25 вопросов	Компьютерное тестирование; время отведенное на процедуру – 30 минут	Результаты тестирования предоставляются в день проведения процедуры	Критерии оценки определяются процентным соотношением. Неявка -0 Удовлетворительно - от 51% правильных ответов. Хорошо - от 70%. Отлично – от 90%. Максимальная оценка – 5 баллов.

<p>Проводится в сроки, установленные графиком образовательного процесса</p>	<p>Зачет</p>	<p>УК-10 ОПК-2</p>	<p>2 вопроса</p>	<p>Экзамен проводится в устной форме, путем ответа на вопросы. Время отведенное на процедуру – 20 минут.</p>	<p>Результаты предоставляются в день проведения экзамена</p>	<p>Критерии оценки:  <b>«Зачет»:</b>  - знание основных понятий предмета;  - умение использовать и применять полученные знания на практике;  - работа на практических занятиях;  - знание основных научных теорий, изучаемых предметов;  - четкий, грамотный ответ на вопросы.  Допускается:  - хороший, но частичный ответ на вопросы;  - частичные знания по темам дисциплины, неумение использовать и применять полученные знания на практике;  <b>«Незачет»:</b>  - демонстрирует очень ограниченные знания по темам дисциплин;  - незнание основных понятий</p>
---	--------------	------------------------	------------------	--	--	--

				предмета; - неумение использовать и применять полученные знания на практике; - не работал на практических занятиях; - не отвечает на вопросы.
--	--	--	--	--

#### 4.1. Типовые вопросы, выносимые на тестирование

Тесты используются в режиме промежуточного контроля. По форме заданий выбраны закрытые тесты (с выборочным ответом). Каждому вопросу соответствует один вариант ответа.

##### 1. Информационная технология – это

- комплекс взаимосвязанных научных, технологических, инженерных дисциплин, изучающих методы эффективной организации труда людей, занятых обработкой и хранением информации; вычислительную технику; методы организации и взаимодействия с людьми и производственным оборудованием, их практические приложения; а также связанные со всем этим социальные, экономические и культурные проблемы
- система информационного обслуживания работников управленческих служб, выполняющая технологические функции по накоплению, хранению, передаче и обработке информации
- процесс, использующий совокупность методов и средств реализации операций сбора, регистрации, передачи, накопления и обработки информации на базе программно-аппаратного обеспечения для решения управленческих задач экономического объекта
- системно-организованная последовательность операций, выполняемых над информацией с использованием средств и методов автоматизации
- Все ответы верные
- Нет правильного ответа

##### 2. Взаимосвязанный набор систем данных, инструментов и методик, поддерживаемый программным обеспечением, с помощью которого фирма собирает и интерпретирует информацию для принятия маркетинговых действий

- Маркетинговая база данных (БД)
- Система поддержки маркетинговых решений (СП)
- Система собственных маркетинговых исследований

**3. Упорядоченный и постоянно обновляемый массив данных о потенциальных потребителях и клиентах фирмы – это ...**

- система собственных маркетинговых исследований
- диалоговая система
- система поддержки маркетинговых решений (СП)
- маркетинговая база данных (БД)

**4. Система, которая в ответ на вопрос типа: «что если?» дает немедленные ответы, используемые при принятии маркетинговых решений**

- Маркетинговая информационная система (МИ)
- Система собственных маркетинговых исследований
- Система поддержки маркетинговых решений (СП)
- Маркетинговая база данных (БД)

**5. Существует единый типовой образец МИС.**

- Нет
- Да

**6. Маркетинговая информационная система (МИС) компании позволяет получать информацию, ...**

- на основе которой можно принимать управленческие решения
- только за деньги
- которая была проанализирована с помощью компьютерных программ 7.

**7. Совокупность процедур, методов, персонала, оборудования, предназначенных для регулярного сбора, анализа, распределения достоверной информации для подготовки и принятия маркетинговых решений, называется ...**

- маркетинговая информационная система (МИС)
- система анализа маркетинговой информации
- система моделей
- система внутренней отчетности

**8. Блок МИС, в котором содержатся данные о заказах, продажах, ценах, товарных запасах предприятия, называется блоком ...**

- данных, полученных в результате собственных маркетинговых исследований
- внешней информации
- внутренней отчетности
- анализа маркетинговой информации

**9. Упорядоченная совокупность источников информации и процедур их получения, используемая для воссоздания текущей картины, происходящих в рыночной среде перемен – это система ...**

- анализа маркетинговой информации
- маркетинговых моделей
- внутренней отчетности
- сбора внешней информации (маркетинговой разведки)

**10. Как называется система, преобразующая поток входной информации в поток выходной информации по определенным алгоритмам?**

- автоматизированная система управления
- автоматическая система управления
- система обработки данных
- справочно-поисковая система

**11. Как называется условное обозначение атрибута в процессах обработки информации?**

- показатель
- домен
- имя
- схема

**12. Какой моделью является модель функционирования предприятия за определенный промежуток времени?**

- Имитационной
- Физической
- математической

**13. Облачное хранилище данных – это:**

- подготовка информации к хранению в оптимальной форме для реализации запроса, необходимого для принятия решений
- предметно-ориентированная информационная база данных, специально разработанная и предназначенная для подготовки отчетов и бизнес-анализа с целью поддержки принятия решений в организации
- модель онлайн-хранилища, в котором данные хранятся на многочисленных, распределённых в сети серверах, предоставляемых в пользование клиентам, в основном, третьей стороной
- перемещение информации от источников данных в отдельную БД, приведение их к единому формату

**14. Имитационные модели являются моделями типа?**

- "прозрачного ящика"
- "серого ящика"
- "черного ящика"

**15. Защита информации предполагает**

- непрерывный процесс обеспечения ее безопасности, заключающийся в

систематическом контроле доступа, выявлении уязвимых мест защиты  
 профессиональную подготовку пользователей, неукоснительное соблюдение ими правил защиты информации  
 реализацию комплексных мероприятий, при которых несанкционированный доступ сводится к минимуму

**16. В имитационной модели можно замедлять или ускорять изучаемое явление?**

- Да
- Нет
- можно только ускорять

**17. Какие методы позволяют моделировать поведение любых систем?**

- имитационное моделирование
- линейное программирование
- сетевые методы планирования и управления

**18. Этапы цикла разработки информационных систем**

- Моделирование
- Анализ
- Проектирование
- Сопровождение
- Все ответы верные
- Нет правильного ответа

**19. Технология эффективного управления и мониторинга процессов деятельности предприятия - это**

- OLAP-технология
- технология Data Mining
- CASE-технология
- технология Workflow
- Все ответы верные
- Нет правильного ответа

**20. К корпоративным информационным системам относятся**

- IC-Предприятие
- PIC Holding
- BAAN
- Project Expert
- Microsoft Project
- Галактика

**21. Схема разделения управленческих функций между руководством и отдельными подразделениями:**

- Организационная структура
- Ролевая структура
- Социальная структура
- Функциональная структура

**22. С чем связано возникновение управления персоналом как особого вида деятельности?**

- Ростом масштабов экономических организаций, усилением недовольства условия труда большинства работников;
- Распространением «научной организации труда», развитием профсоюзного движения, активным вмешательством государства в отношения между наемными работниками и работодателями
- Ужесточением рыночной конкуренции, активизацией деятельности профсоюзов, государственным законодательным регулированием кадровой работы, усложнением масштабов экономических организаций, развитием организационной культуры

**23. Целью автоматизации финансовой деятельности является:**

- повышение квалификации персонала
- устранение рутинных операций и автоматизированная подготовка финансовых документов
- снижение затрат
- автоматизация технологии выпуска продукции
- приобретение нового оборудования

**24. Цель информационного обеспечения определяется:**

- субъектом информационного обеспечения
- задачами организации
- руководителем организации
- информационными потребностями
- указами правительства

**25. С чем связано возникновение управления персоналом как особого вида деятельности?**

- Ростом масштабов экономических организаций, усилением недовольства условия труда большинства работников;
- Распространением «научной организации труда», развитием профсоюзного движения, активным вмешательством государства в отношения между наемными работниками и работодателями
- Ужесточением рыночной конкуренции, активизацией деятельности профсоюзов, государственным законодательным регулированием кадровой работы, усложнением масштабов экономических организаций, развитием организационной культуры

## 4.2. Типовые вопросы, выносимые на зачет

1. Что представляет собой рынок информационных продуктов и услуг?
2. Что такое информационный продукт?
3. Что такое информационная услуга?
4. Какие основные функции выполняет рынок информационных продуктов и услуг?
5. Назовите основные элементы рынка информационных продуктов и услуг
6. Перечислите участников рынка информационных продуктов и услуг
7. Функции ИИС управления и их содержание
8. Автоматизированные системы управления технологическими процессами, основные понятия и определения
9. Информационно-вычислительные и управляющие функции
10. Методики представления информации для формализации требований пользователей/заказчика
11. Действия и операции роли «менеджер проекта» в рамках ИТ управления.
12. Основные понятия патентного права.
13. Рыночная стратегия в связи с охраной прав. Информационная стратегия в области патентного права.
14. Основные функции менеджмента проекта и их моделирование в ИТ решениях
15. Структура процессов жизненного цикла программных систем
16. Системный подход в методологии моделирования
17. Моделирование распределенной системы
18. Методики обследования организаций, выявления информационных потребностей пользователей, формирования требований к информационной системе
19. Процессы аттестации, верификации, аудита и обеспечения качества
20. Методология проведения предпроектного анализа.
21. Основные функции товарного знака.
22. Основные понятия информационной синергетики.
23. Обзор и классификация новых информационных технологий, наиболее актуальных для анализа и моделирования.
24. Программные пакеты, используемые для решения задач оптимального управления ИТ-проектами.
25. Автоматизированные системы управления технологическими процессами, основные понятия и определения
26. Информационно-вычислительные и управляющие функции
27. Методики представления информации для формализации требований пользователей/заказчика
28. Общая характеристика методов проектирования, организация работы над проектом.
29. Формулировка и назначение плана управления качеством.
30. Линейные и нелинейные модели инновационного процесса.

31. Теоретические основы формирования рынка информационных услуг.
32. Анализ современных тенденций развития мирового и российского рынка информационных услуг.
33. Понятие маркетинга высоких технологий. анализ стратегии конкурентов.
34. Классификация маркетинговых стратегий.
35. Понятие, назначение и сущность брендинга.
36. Стратегии управления клиентами.
37. Корпоративные сайты. Особенности стратегии продвижения на рынке инновационной продукции
38. Охрана интеллектуальной собственности.
39. Основные понятия патентного права.
40. Основные понятия информационной синергетики.
41. Обзор и классификация новых информационных технологий, наиболее актуальных для анализа и моделирования.
42. Программные пакеты, используемые для решения задач оптимального управления ИТ-проектами.
43. Основные тенденции развития и совершенствования ИТ управления в экономических системах
44. Состав и функциональность модулей: CRM (управление взаимоотношений с клиентами).

**ИНСТИТУТ ПРОЕКТНОГО МЕНЕДЖМЕНТА И ИНЖЕНЕРНОГО  
БИЗНЕСА**

**КАФЕДРА ЭКОНОМИКИ**

**МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО  
ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ  
«ЭКОНОМИКА И АНАЛИЗ РЫНКА ИС И ИКТ»**

(Приложение 2 к рабочей программе)

Направление подготовки: 38.03.05 Бизнес-информатика

Профиль: Инжиниринг бизнес-процессов

Уровень высшего образования: бакалавр

Форма обучения: очная

Королев  
2022

## Общие положения

**Целью преподавания** дисциплины является:

Формирование у студентов представлений о методах и технологии проведения рынка информационных систем (ИС) и информационно-коммуникационных технологий (ИКТ), умения проводить анализ и оценку рынка ИС и ИКТ, навыков решения задач выбора ИС и ИКТ для управления бизнесом.

Основными **задачами изучения** дисциплины является:

- овладение основными понятиями и умение их использовать в профессиональной деятельности;
- приобретение навыков проведения анализа и оценки рынка ИС и ИКТ, а также представления результатов исследования;
- приобретение навыков решения задач выбора ИС и ИКТ для целей оптимизации бизнес-процессов и повышения эффективности деятельности организации.

## 2. Указания по проведению практических занятий

### Тема 1. Экономические особенности рынка ИС и ИКТ. Состав и структура рынка

#### Практическое занятие 1.

Вид практического занятия: *смешанная форма практического занятия.*

Образовательные технологии: групповая дискуссия

Тема и содержание практического занятия:

*Цель занятия:* закрепление и освоение основных понятий, формирование навыка анализа и оценки состояния рынка ИС и ИКТ, формирование представлений о роли и месте цифровых технологий в деятельности организаций

*Вопросы для обсуждения:*

1. Каналы сбыта на рынке ИКТ
2. Аутсорсинг в сфере ИТ: основные направления и тенденции развития
3. Основные участники рынка ИТ-консалтинга
4. Основные участники рынка телекоммуникаций
5. Как оценить рост производительности труда как результат внедрения ИТ-решений
6. Как оценить качество управленческих решений и за счет чего может вырасти качество УР при внедрении ИТ-решений
7. Основные решения в области интеграции партнерских бизнес-процессов
8. Основные тенденции развития и совершенствования ИТ управления в экономических системах

Продолжительность занятия – 8 часов

## **Тема 2 Маркетинговый анализ рынка ИКТ**

### **Практическое занятие 2.**

Вид практического занятия: *смешанная форма практического занятия.*

Образовательные технологии: групповая дискуссия

Тема и содержание практического занятия:

*Цель занятия:* Получить практические знания об источниках маркетинговой информации; сформировать навыки выделения маркетинговых исследований в сфере ИКТ.

*Вопросы для обсуждения:*

1. Анализ современных тенденций развития мирового и российского рынка информационных услуг.
2. Понятие маркетинга высоких технологий. анализ стратегии конкурентов.
3. Классификация маркетинговых стратегий.
4. Понятие. назначение и сущность брендинга.
5. Обзор и классификация новых информационных технологий, наиболее актуальных для анализа и моделирования.
6. Проверка достоверности информации. Методы повышения достоверности информации.
7. Стратегии управления клиентами.
8. Корпоративные сайты. Особенности стратегии продвижения на рынке инновационной продукции
9. Охрана интеллектуальной собственности.

Продолжительность занятия – 4 часа

## **Тема 3. Организация продаж в области ИКТ**

### **Практическое занятие 3.**

Вид практического занятия: *смешанная форма практического занятия.*

Образовательные технологии: групповая дискуссия

Тема и содержание практического занятия:

*Цель занятия:* Получить практические знания по применению стратегии управления продажами в сфере ИКТ. Стратегии продвижения.

*Вопросы для обсуждения:*

1. Понятие маркетинга высоких технологий, анализ стратегии конкурентов.
2. Классификация маркетинговых стратегий.
3. Понятие. назначение и сущность брендинга.
4. Стратегии управления клиентами.
5. Основные понятия информационной синергетики.
6. Обзор и классификация новых информационных технологий, наиболее актуальных для анализа и моделирования

7. Разработка рекламной компании ИТ-продукта
8. Особенности комплекса маркетинга ИТ-продукта
9. Анализ вариантов вывода или продвижения ИТ-продукта
10. Основные методики оценки поведения потребителя на рынке ИКТ
11. Организация онлайн-продаж

Продолжительность занятия –12 часов

#### **Тема 4. Промышленный (B2B) маркетинг** **Практическое занятие 4**

Вид практического занятия: *смешанная форма практического занятия.*

Образовательные технологии: групповая дискуссия

Тема и содержание практического занятия:

*Цель занятия:* Получить практические знания по специфическим особенностям промышленного рынка.

*Вопросы для обсуждения:*

1. Охрана интеллектуальной собственности.
2. Основные понятия патентного права.
3. Функции ИИС управления и их содержание
4. Рыночная стратегия в связи с охраной прав. Информационная стратегия в области патентного права.
5. Основные функции товарного знака.
6. Формирование и анализ товарной политики на промышленном рынке
7. Рынок ИТ-консалтинга
8. Политика продвижения ИТ-продуктов на B2B-рынке

Продолжительность занятия –8 часов

### **3. Указания по проведению лабораторного практикума**

Лабораторный практикум не предусмотрен учебным планом.

### **4. Указания по проведению самостоятельной работы студентов**

Целью самостоятельной работы студентов является систематизация, расширение и закрепление теоретических знаний, самостоятельное изучение дополнительных разделов дисциплины, рекомендованных преподавателем.

Общий объем самостоятельной работы студена составляет 60 часов.

Формами контроля самостоятельной работы являются: проведение мини-лекций, проверка конспектов, представление докладов, защита индивидуальных заданий.

№ п/п	Наименование блока (раздела) дисциплины	Виды СРС
1	Экономические	<b>Подготовка докладов по темам:</b>

	особенности рынка ИС и ИКТ. Состав и структура рынка	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Линейные и нелинейные модели инновационного процесса.</li> <li>2. Теоретические основы формирования рынка информационных услуг.</li> <li>3. Охрана интеллектуальной собственности.</li> <li>4. Основные понятия патентного права.</li> </ol>
2	Маркетинговый анализ рынка ИКТ	<p><b>Подготовка докладов по темам:</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Понятие маркетинга высоких технологий. анализ стратегии конкурентов.</li> <li>2. Классификация маркетинговых стратегий.</li> <li>3. Понятие, назначение и сущность брендинга.</li> <li>4. Стратегии управления клиентами.</li> <li>5. Корпоративные сайты. Особенности стратегии продвижения на рынке инновационной продукции</li> </ol>
3	Организация продаж в области ИКТ	<p><b>Подготовка докладов по темам:</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Основные понятия информационной синергетики.</li> <li>2. Анализ современных тенденций развития мирового и российского рынка информационных услуг.</li> <li>3. Проверка достоверности информации. Методы повышения достоверности информации.</li> <li>4. Основные тенденции развития и совершенствования ИТ управления в экономических системах</li> </ol>
4	Промышленный (B2B) маркетинг	<p><b>Подготовка докладов по темам:</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Проблемы, стоящие на пути информатизации общества</li> <li>2. Инструментальные технологические средства повышения эффективности процессов управления</li> <li>3. Интеграция и факторы, вызывающие рост информационных потребностей общества</li> <li>4. Развитие ИТ и организационные изменения в сфере управления</li> </ol>

## 5. Указания по проведению контрольных работ

### 5.1. Общие положения

Контрольная работа по дисциплине «Экономика и анализ рынков ИС и ИКТ» выполняется студентами в соответствии с учебным планом по направлению подготовки 38.03.05 Бизнес-информатика.

Контрольная работа является самостоятельной работой студентов и служит подготовительным этапом к сдаче экзамена. Без выполнения и собеседования по контрольной работе студент не допускается к сдаче экзамена.

Контрольная работа имеет целью закрепление и углубление знаний, полученных студентами при изучении дисциплины «Экономика и анализ рынков ИС и ИКТ» и является формой промежуточного контроля знаний студентов.

Контрольная работа представляет собой выполнение исследования по заданной теме.

Студент может предложить свою тему с обоснованием целесообразности

ее исследования.

Структура контрольной работы должна способствовать раскрытию избранной темы и отдельных ее вопросов. Основная часть контрольной работы должна содержать главы, которые разбиваются на подпункты. Все части контрольной работы должны быть изложены в строгой логической последовательности и взаимосвязи.

## **5.2. Требования к элементам контрольной работы**

Во введении обосновывается актуальность темы, определяется цель работы, задачи и методы исследования.

При определении целей и задач исследования необходимо правильно их формулировать. Так, в качестве цели не следует употреблять глагол «сделать». Правильно будет использовать глаголы: «раскрыть», «определить», «установить», «показать», «выявить» и т.д.

Основная часть работы включает 2 - 4 вопроса, каждый из которых посвящается решению задач, сформулированных во введении, и заканчивается констатацией итогов.

Приветствуется иллюстрация содержания работы таблицами, графическим материалом (рисунками, схемами и т.п.).

Необходимо давать ссылки на используемую Вами литературу.

Заключение должно содержать сделанные автором работы выводы, итоги исследования.

Вслед за заключением идет список литературы, который должен быть составлен в соответствии с установленными требованиями. Если в работе имеются приложения, они оформляются на отдельных листах, и должны быть соответственно пронумерованы.

### **Список использованных источников**

Список изученной и использованной студентом литературы в процессе написания контрольной работы должен включать не менее 15 источников, включая учебные и учебно-методические издания электронных библиотечных систем, статьи из специализированных журналов, документы нормативно-правового характера.

Особое внимание должно быть уделено изданиям последних лет, так как в них наиболее полно отражен современный подход к решению поставленной проблемы, действующая практика, показано все то новое и прогрессивное, что следует использовать при изложении основных вопросов избранной темы.

Список использованных источников должен включать перечень всех первоисточников, использованных при написании контрольной работы по определенной форме и последовательности:

1. Законы Российской Федерации и субъектов РФ, Постановления Правительства, Положения и Инструкции Министерств и ведомств.

2. Сборники документов и материалов, статистические справочники, монографии, журнальные и газетные публикации в алфавитном порядке

авторов с указанием места и года издания.

Список использованных источников должен включать только источники, непосредственно использованные в работе, т.е. те, которые цитировались, на которые делались ссылки, послужили основой при формировании точки зрения студента. Включение других материалов не рекомендуется.

Сведения о книгах в списке литературы должны включать: фамилию и инициалы автора, заглавие книги, место издания, издательство и год издания. Фамилию автора следует указывать в именительном падеже. Если книга написана двумя или более авторами, то их фамилии с инициалами указывают в той последовательности, в какой они напечатаны в книге. При наличии трех и более авторов допускается указывать фамилию и инициалы только первого из них и слова «и др.». В случае если книга написана авторским коллективом под чьей-либо редакцией, сначала дается название книги, а затем: «Под ред. Ф.И.О.».

Заглавие книги следует приводить в том виде, в каком оно дано на ее титульном листе. Наименование места издания литературного источника необходимо приводить полностью в именительном падеже: допускается сокращение только двух городов Москва (М.) и Санкт-Петербург (СПб). Сведения о статье из периодического издания (журнала и т.п.) должны включать: фамилию и инициалы автора, заглавие статьи, наименование издания, год выпуска, номер издания.

При оформлении списка использованных источников следует руководствоваться ГОСТ 7.0.5-2008 «Библиографическая ссылка».

## **Приложения**

В приложении следует располагать вспомогательный материал, который при включении в основную часть загромождает текст.

### **5.4. Требования к оформлению**

#### **Объем контрольной работы**

Объем контрольной работы должен быть в пределах 15-20 страниц печатного текста. Примерное соотношение между отдельными частями работы следующее: введение 2-3 страницы, заключение 3-4 страницы, список использованных источников 1-2 страницы. Большую часть работы занимает основная часть. Здесь следует избегать больших диспропорций между главами.

#### **Общие правила оформления**

Контрольная работа должна быть грамотно написана и правильно оформлена. Писать следует на одной стороне листа формата А4 (210 \* 297 мм). Текст должен быть отпечатан на компьютере через полтора межстрочных интервала с использованием шрифта Times New Roman 14

Текст работы следует печатать, соблюдая следующие размеры полей:

левое - не менее 30 мм;

правое - не менее 10 мм;

нижнее - не менее 20 мм;  
верхнее - не менее 15 мм.

### **Нумерация страниц и глав**

Страницы работы следует нумеровать арабскими цифрами, соблюдая сквозную нумерацию по всему тексту. Номер страницы проставляется в правом нижнем углу без точки в конце. Титульный лист включается в общую нумерацию страниц. Номер страницы на титульном листе не проставляется. Иллюстрации, таблицы, расположенные на отдельных листах, включаются в общую нумерацию страниц.

Основную часть контрольной работы следует делить на главы и подпункты. Главы и подпункты (кроме введения, заключения, списка использованных источников и приложений) нумеруют арабскими цифрами, например: Глава 1, подпункт 1.1. Главы и подпункты должны иметь заголовки. Заголовки должны четко и кратко отражать содержание раздела.

Заголовки глав, а также слова «Оглавление», «Введение», «Заключение», «Содержание», «Список использованных источников» следует располагать в середине строки без точки и писать (печатать) жирным шрифтом 16. Переноска слов в заголовках не допускается. Каждая глава, «Введение», «Заключение», «Содержание», «Список использованных источников» начинаются с новой страницы.

Заголовки подпунктов следует писать жирным шрифтом 14 в середине строки без точки.

Если заголовок состоит из двух предложений, их разделяют точкой.

### **Таблицы**

Цифровой материал в работе рекомендуется помещать в виде таблиц. Таблицу следует располагать в работе непосредственно после текста, в котором она упоминается впервые. Или на следующей странице. Таблицы слева, справа и снизу ограничиваются линиями. На все таблицы должны быть ссылки в тексте. Например, «Это можно увидеть из данных, представленных в таблице 1.»

Таблицы следует нумеровать арабскими цифрами порядковой нумерацией в пределах всей работы. Если в работе одна таблица, её не нумеруют и слово «Таблица» не пишут. Каждая таблица должна иметь заголовок.

Заголовки граф таблицы должны начинаться с прописных букв, подзаголовки со строчных, если последние подчиняются заголовку. Заголовки граф указываются в единственном числе.

Таблицу следует размещать так, чтобы читать её можно без поворота работы. Если такое размещение невозможно таблицу располагают так, чтобы её можно было читать, поворачивая работу по часовой стрелке. Если цифровые или иные данные в какой либо строке таблицы отсутствуют, то ставится прочерк. Если все показатели, приведённые в таблице, выражены в одной и той же

единице, то её обозначение помещается над таблицей справа.

Слово "Таблица" и ее название указывают один раз над первой частью таблицы, над другими частями пишут слова "Продолжение таблицы" с указанием номера (обозначения) таблицы. *Однако желательно таблицы на другую страницу не переносить.* Для этого переносится часть текста после таблицы в текст перед таблицей, а сама таблица при этом перемещается на следующую страницу.

Графу «Номер по порядку» в таблицу включать не допускается. При необходимости порядковые номера показателей указывают в боковике таблицы перед их наименованием.

## **5. Указания по проведению курсовых работ**

Выполнение курсовой работы не предусмотрено Учебным планом.

## **6. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины**

### **Основная литература:**

1. Рынки информационно-коммуникационных технологий и организация продаж : учебник / В.Н. Наумов. — М. : ИНФРА-М, 2019. — 404 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). — [www.dx.doi.org/10.12737/21026](http://www.dx.doi.org/10.12737/21026). - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/995939>

### **Дополнительная литература:**

1. Информационные системы в экономике : учебное пособие / К.В. Балдин. - Москва : ИНФРА-М, 2022. - 218 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). - ISBN 978-5-16-005009-6. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1817522>
2. Информационные системы предприятия : учеб. пособие / А.О. Варфоломеева, А.В. Коряковский, В.П. Романов. — 2-е изд., перераб. и доп. — М. : ИНФРА-М, 2019. — 330 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). — [www.dx.doi.org/10.12737/21505](http://www.dx.doi.org/10.12737/21505). - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/1002067>
3. Международный рынок консалтинговых услуг в России / Сударьянто Я.П. - М.: Дашков и К, 2018. - 240 с.: ISBN 978-5-394-02193-0 - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/430417>
4. Управление проектами информационных систем : учеб. пособие / Л.А. Сысоева, А.Е. Сатунина. — М. : ИНФРА-М, 2019. — 345 с. —

(Высшее образование: Бакалавриат). —  
[www.dx.doi.org/10.12737/textbook\\_5cc01bbf923e13.56817630](http://www.dx.doi.org/10.12737/textbook_5cc01bbf923e13.56817630). - Режим  
доступа: <http://znanium.com/catalog/product/953767>

### Рекомендуемая литература

1. Федеральный закон от 27.07.2006 № 149-ФЗ «Об информационных технологиях и о защите информации»
2. Приказ Министерства связи и массовых коммуникаций РФ от 31.05.2013 № 12 «Об утверждении методических указаний по осуществлению учета информационных систем и компонентов информационно-телекоммуникационной инфраструктуры»
3. Приказ Минкомсвязи России от 07.12.2015 № 515 «Об утверждении собирательных классификационных группировок “Сектор информационно-коммуникационных технологий”». URL: <http://www.minsvyaz.ru/ru/events/34655>
4. Бородич, С. А. Эконометрика. Практикум : учебное пособие / С.А. Бородич. — Москва : ИНФРА-М, 2021. — 329 с. : ил. — (Высшее образование: Бакалавриат). - ISBN 978-5-16-009429-8. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1228789> (дата обращения: 20.09.2022). – Режим доступа: по подписке.
5. Лутошкин И. В. Математические модели рекламных расходов: учеб. пособие для вузов / И. В. Лутошкин; УлГУ, ИЭиБ. - Ульяновск: УлГУ, 2016. - 93 с.
6. Резникова, Н. П. Маркетинг в отрасли инфокоммуникаций : учебное пособие / Н. П. Резникова, Е. Г. Кухаренко ; под редакцией Н. П. Резниковой. — Москва : Горячая линия-Телеком, 2018. — 152 с. — ISBN 978-5-9912-0343-2. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/111092> (дата обращения: 21.09.2022). — Режим доступа: для авториз. пользователей.
7. Цифровая экономика: 2022: краткий статистический сборник / Г. И. Абдрахманова, С. А. Васильковский, К. О. Вишневецкий и др.; Нац. исслед. ун-т «Высшая школа экономики». — М.: НИУ ВШЭ, 2022. — 12 с. - <https://issek.hse.ru/mirror/pubs/share/552091260.pdf>
8. Чернышева А. М. Промышленный (B2B) маркетинг: учебник и практикум для вузов / А.М. Чернышева, Т. Н. Якубова. - 2-е изд. - Москва: Издательство Юрайт, 2022. - 427 с. - (Высшее образование)

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

#### Электронные библиотечные системы

1. Университетская библиотека онлайн - <http://biblioclub.ru/>
2. Лань - <http://e.lanbook.com/>
3. Знаниум - <https://znanium.com/>

### **Электронные ресурсы библиотеки МГОТУ**

<https://unitech-mo.ru/library/resources/>

### **Интернет-ресурсы**

1. Сайт исследовательской компании Forrester Research:  
<http://www.forrester.com>
2. «TAdviser - портал выбора технологий и поставщиков»:  
<http://www.tadviser.ru>
3. «Аналитическая компания ITResearch»: <http://www.itresearch.ru>
4. «Маркетинг журнал 4p.ru»: <http://www.4p.ru/main/index.php>
5. «CNews.ru - издание о высоких технологиях»: <http://www.cnews.ru/>.
6. РосБизнесКонсалтинг (материалы аналитического и обзорного характера): <http://www.rbc.ru>
7. Научная электронная библиотека «КиберЛенинка»:  
<https://cyberleninka.ru/>