МИНОБРНАУКИ РОССИИ
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Санкт-Петербургский государственный экономический университет»

УТВЕРЖДАЮ
Проректор по учебной и методической работе
_____/Шубаева В.Г./
«28» августа 2020 г.

РЫНКИ ИКТ И ОРГАНИЗАЦИЯ ПРОДАЖ

Рабочая программа дисциплины

Направление подготовки	38.03.05 Бизнес-информатика
Направленность (профиль) программы	Деловая аналитика
Уровень высшего образования	бакалавриат
Форма обучения	очная

Составитель:
_____/ д.э.н., профессор Наумов В.Н.

Санкт-Петербург
2020

СОДЕРЖАНИЕ

1. ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ ДИСЦИПЛИНЫ....3
2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ....3
3. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ....3
4. ОБЪЕМ И СТРУКТУРА ДИСЦИПЛИНЫ....4
5. СОДЕРЖАНИЕ РАЗДЕЛОВ И ТЕМ ДИСЦИПЛИНЫ....4
6. ЗАНЯТИЯ СЕМИНАРСКОГО ТИПА....6
7. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ....7
7.1. Методические указания для обучающегося по освоению дисциплины....7
7.2. Организация самостоятельной работы....7
8. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ....8
9. РЕСУРСНОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ....8
9.1. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины....8
9.2. Материально-техническое обеспечение учебного процесса....9
10. ОСОБЕННОСТИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ ДЛЯ ИНВАЛИДОВ И ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ....9
11. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕЙ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ....10

1. ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ ДИСЦИПЛИНЫ

Цель: формирование у обучающихся знаний об основных законодательных актах в сфере ИКТ, о методах деловой аналитики по исследованию и анализу информационно-коммуникационных рынка, а также знакомство с организационными формами и показателями эффективности отдела продаж ИТ-компаний.

Задачи:

- сформировать у студентов знания, умения и навыки использования основ правовых знаний для исследования и анализа рынка ИКТ;
- ознакомить со структурой рынка ИКТ, показателями его привлекательности, с основными трендами развития информационных технологий;
- сформировать практические навыки по сбору и обработке информации о конкретном рынке ИКТ;
- научить сегментировать рынок ИКТ и осуществлять позиционирование ИТ-компании;
- ознакомить с методами и каналами продаж ИКТ-продуктов, в том числе, с помощью Интернета;
- ознакомить с типами организационных структур и основными мероприятиями по организации отдела продаж ИТ-компании;
- ознакомить с основами нормативно-правовые актов для защиты личных прав в сфере ИКТ;
- развить навыки реализации и защиты своих прав при работе на различных рынках ИКТ, при организации продаж;
- ознакомить с методами деловой аналитики по оценке эффективности работы отдела продаж и менеджеров по продажам ИТ-компании.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Дисциплина Б1.Б. «Рынки ИКТ и организация продаж» относится к базовой части Блока 1 и является обязательной для освоения обучающимся вне зависимости от направленности (профиля) программы.

3. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Планируемые результаты обучения по дисциплине, соотнесенные с планируемыми результатами освоения образовательной программы представлены в таблице 3.1.

Таблица 3.1 – Планируемые результаты обучения по дисциплине, соотнесенные с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Код и наименование компетенции выпускника	Этапы формирования компетенций	Планируемые результаты обучения/индикаторы достижения компетенций (показатели освоения компетенции)
1	2	3
ОК-4. Способностью использовать основы правовых знаний в различных сферах деятельности	Второй уровень (углубленный) (ОК-4) –2	Знать: основы законодательства для работы на различных рынках ИКТ, в области продаж З2 (ОК-4) Уметь: использовать нормативно-правовые знания на практике для защиты личных, имущественных и неимущественных прав при работе на различных рынках ИКТ, при организации продаж У2(ОК-4)

		Владеть: навыками реализации и защиты своих прав при работе на различных рынках ИКТ, при организации продаж В2(ОК-4)

4. ОБЪЕМ И СТРУКТУРА ДИСЦИПЛИНЫ

Трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетные единицы, 72 часа.

Форма промежуточной аттестации: зачет - 4 семестр.

Распределение фонда времени по темам дисциплины по очной форме обучения представлено в таблице 4.1.

Таблица 4.1 – Распределение фонда времени по темам дисциплины (очная форма обучения)

Номер и наименование тем	Объем дисциплины (ак. часы)			
	Контактная работа			
	ЗЛТ	ПЗ	ЛР	СРО
1	*2*	*3*	*4*	*5*
Тема 1. Введение. Роль дисциплины в подготовке бизнес-аналитика. Обзор законодательства в сфере ИКТ, в области продаж ИКТ-продуктов	4	2	-	6
Тема 2. Структура рынка ИКТ и основные тренды его развития. Показатели для оценки привлекательности рынка ИКТ	4	4	-	7
Тема 3. Методы исследования рынков ИКТ	2	2	-	4
Тема 4. Сегментирование рынка ИКТ и позиционирование ИТ-компании на рынке	2	2	-	4
Тема 5. Определение понятия «продажи» и каналы продаж ИКТ-продуктов в Интернете	2	2	-	4
Тема 6. Организационные структуры отдела продаж. Требования к персоналу отдела продаж	2	2	-	4
Тема 7. Деловая аналитика: ключевые показатели эффективности (KPI) работы отдела продаж ИТ-компании	4	2	-	7
Всего по дисциплине:	**20**	**16**	-	**36**

*ЗЛТ – занятия лекционного типа, ПЗ – все виды занятий семинарского типа, кроме лабораторных работ, ЛР – лабораторные работы, СРО – самостоятельная работа обучающегося

5. СОДЕРЖАНИЕ РАЗДЕЛОВ И ТЕМ ДИСЦИПЛИНЫ

Тема 1. Введение. Роль дисциплины в подготовке бизнес-аналитика. Обзор законодательства в сфере ИКТ, в области продаж ИКТ-продуктов

Значение знаний рыночной информации и процесса продаж в деловой аналитике. Базовые направления развития рынков ИКТ в соответствии с Программой «Цифровая экономика РФ» (Распоряжение Правительства РФ от 28.07.2017 г. № 1632-р). Основные законодательные положения, касающиеся рыночной деятельности ИТ-компаний: Указ Президента РФ от 9.05 2017 г. № 203 «О Стратегии развития информационного общества в Российской Федерации на 2017 - 2030 годы», Приказ Федеральной антимонопольной службы от 28 апреля 2010 г. № 220 «Об утверждении порядка проведения анализа состояния конкуренции на товарном рынке» (ред. от 20.07.2016); Приказ Минкомсвязи

России №515 от 7 декабря 2015 года «Об утверждении собирательных классификационных группировок «Сектор информационно-коммуникационных технологий»; Федеральный закон от 27.07.2006, № 149-ФЗ (с изм. от 19.07. 2018) «Об информационных технологиях и о защите информации»; Федеральный закон от 28 декабря 2009 г. N 381-ФЗ «Об основах государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации»; Федеральный закон от 28 декабря 2009 г. N 381-ФЗ «Об основах государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации».

Тема 2 Структура рынка ИКТ и основные тренды его развития. Показатели для оценки привлекательности рынка ИКТ

Структура рынка информационно-коммуникационных технологий. Тренды развития рынка ИКТ. Состояние и перспективы развития рынка информационно-коммуникационных технологий в России. Мировой и российский рынок горизонтальных и вертикальных бизнес-приложений. Мировой и российский рынок системной интеграции и ИТ-консалтинга. Структура рынка аппаратных средств и периферии.

Определение товарного рынка и его границ (рекомендации Федеральной антимонопольной службы РФ). Определение ИКТ-продукта с позиции маркетинга. Концепция жизненного цикла товара (ЖЦТ). Показатели текущего состояния рынка: ёмкость рынка, потенциал рынка, уровень насыщенности, динамика развития. Методы оценки и прогнозирования ёмкости рынка ИКТ. Уровни проникновения и интенсивности потребления ИКТ-продуктов. Понятие рынка сбыта ИТ-компании. Определение конкуренции на рынке сбыта. Модели конкурентного преимущества М. Портера: 5 сил конкуренции, базовые конкурентные стратегии. Анализ конкурентоспособности ИКТ-продукта.

Тема 3. Методы исследования рынков ИКТ

Виды маркетинговых исследований: разведочные, описательные, каузальные.

Кабинетные и полевые исследования. Методы сбора данных.

Методика проведения исследований рынка информационно-коммуникационных технологий. Разработка и общая структура анкеты для проведения опросов респондентов. Назначение и содержание технического задания (ТЗ) на исследование рынка ИКТ.

Характеристика иностранных и отечественных консалтинговых компаний, специализирующихся на исследованиях рынка ИКТ. Рекомендации по выбору консалтинговых компаний для проведения исследования.

Особенности исследований рынка ИКТ в среде Internet.

Тема 4. Сегментирование рынка ИКТ и позиционирование ИТ-компании на рынке

Определение, цели и процесс сегментирования. Макро и микросегментирование рынка ИКТ. Критерии сегментирования рынков B2C и B2B. Критерии выбора целевых сегментов.

Понятие и цель позиционирования. Физические и психологические атрибуты позиционирования. Центровое и дифференцированное позиционирование бренда ИТ-компании. Примеры позиционирований компаний на рынке ИКТ.

Тема 5. Определение понятия «продажи» и каналы продаж ИКТ-продуктов в Интернете

Понятие о системе сбыта и каналах товародвижения на рынке ИКТ. Характеристика субъектов рынка ИКТ: вендоры, дистрибьюторы, интеграторы, реселлеры, дилеры. Роль посредников в формировании потребительской ценности ИКТ-продукта.

Методы продаж на рынке ИКТ: простая продажа, продажа решений, продажа результата, инвестиционная продажа, консультативная продажа. Методы продаж ПО.

Понятие и организация стратегических продаж сложных ИКТ-продуктов (продажа интегрированных решений). Организация продаж с помощью франчайзинга.

Цели присутствия компаний в Интернете. Каналы продаж ИКТ-продуктов в Интернете. Основные бизнес-модели Интернет-магазинов. Социальные сети как каналы продаж и продвижения ИКТ-продуктов.

Тема 6. Организационные структуры отдела продаж. Требования к персоналу отдела продаж

Типы организационных структур отдела продаж ИТ-компании: линейно-функциональная, департаментная, дивизиональная. Организация дивизиональной структуры по территориальному, товарному, клиентскому принципам.

Характеристика основных должностей в сфере продаж ИКТ-продуктов. Характеристика основных трудовых функций профессионального стандарта «Менеджер по продажам». Требования к уровням знаний, умениям и навыкам, которыми должны обладать менеджеры по продажам. Личностные и психологические требования к специалистам в сфере продаж. Методы мотивации менеджеров по продажам. Расчёт численности отдела продаж ИКТ-продуктов.

Тема 7. Деловая аналитика: ключевые показатели эффективности (KPI) работы отдела продаж ИТ-компании

Основные финансовые показатели работы отдела продаж. Понятие эффективности и результативности отдела продаж по ГОСТ ISO 9000-2011 «СИСТЕМЫ МЕНЕДЖМЕНТА КАЧЕСТВА. Основные положения и словарь».

Оценка работы отдела продаж по ключевым факторам успеха. Оценка работы персонала, занимающегося продажами, с помощью KPI (ключевых показателей эффективности).

Понятие о коэффициентах конверсии, удовлетворённости, лояльности. Определение удовлетворённости потребителей по ГОСТ Р ИСО 10008-2014 «Менеджмент качества. Удовлетворенность потребителей. Руководящие указания по электронным торговым сделкам между юридическими и физическими лицами».

Использование моделей «воронка продаж» и «трубопровод продаж» для анализа эффективности работы отдела продаж. Техника анализа плановых и фактических отклонений контролируемых параметров.

6. ЗАНЯТИЯ СЕМИНАРСКОГО ТИПА

Таблица 6.1 – Практические занятия/ Семинарские занятия / Лабораторные работы

№ темы	Тема занятий	Вид занятия / Оценочное средство
1	*2*	*3*
1	Обзор законодательства в сфере ИКТ, в области продаж ИКТ-продуктов	ПЗ: *Решение практических задач*
2	Расчёт показателей привлекательности рынка ИКТ	ПЗ: *Решение практических задач*
3	Исследование рынка ИКТ (на примере рынка мобильной связи)	ПЗ: *Решение практических задач,* Контрольная работа 1
4	Сегментирование рынка ИКТ (на примере рынка мобильной связи)	ПЗ: *Решение практических задач*
5	Организация каналов продаж ИКТ-продуктов в Интернете	ПЗ: *Решение практических задач*
6	Организация отдела продаж ИТ-компании (на примере компании Marvel). Расчёт численности торгового персонала	ПЗ: *Кейс*
7	Деловая аналитика: расчёт KPI работы отдела продаж ИТ-компании	ПЗ: *Решение практических задач,* Контрольная работа 2

* ПЗ – практические занятия, СЗ – семинарские занятия, ЛР – лабораторные работы

7. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ

7.1. Методические указания для обучающегося по освоению дисциплины

Для формирования четкого представления об объеме и характере знаний и умений, которыми надо будет овладеть по дисциплине в самом начале учебного курса обучающийся должен ознакомиться с учебно-методической документацией:

– рабочей программой дисциплины: с целями и задачами дисциплины, ее связями с другими дисциплинами образовательной программы, перечнем знаний и умений, которыми в процессе освоения дисциплины должен владеть обучающийся,

– порядком проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации;

– графиком консультаций преподавателей кафедры.

Систематическое выполнение учебной работы на занятиях лекционных и семинарских типов, а также выполнение самостоятельной работы позволит успешно освоить дисциплину.

В процессе освоения дисциплины обучающимся следует:

– слушать, конспектировать излагаемый преподавателем материал;

– ставить, обсуждать актуальные проблемы курса, быть активным на занятиях;

– задавать преподавателю уточняющие вопросы с целью уяснения теоретических положений;

– выполнять задания практических занятий полностью и установленные сроки.

При затруднениях в восприятии материала следует обратиться к основным литературным источникам. Если разобраться в материале не удалось, то обратится к лектору (по графику его консультаций) или к преподавателю на занятиях семинарского типа.

Обучающимся, пропустившим занятия (независимо от причин), не имеющим письменного решения задач или не подготовившимся к данному занятию, рекомендуется не позже чем в 2 - недельный срок явиться на консультацию к преподавателю и отчитаться по теме.

7.2. Организация самостоятельной работы

Под самостоятельной работой обучающихся понимается планируемая работа обучающихся, направленная на формирование указанных компетенций, выполняемая во внеаудиторное время по заданию и при методическом руководстве преподавателя, без его непосредственного участия.

Методическое обеспечение самостоятельной работы при наличии обучающихся лиц с ограниченными возможностями представляется в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья.

Методическое обеспечение самостоятельной работы, в т.ч. для обучающихся с использованием ДОТ и лиц с ограниченными возможностями здоровья представлено:

Электронный учебно-методический комплекс дисциплины «Рынки ИКТ и организация продаж» размещен в СДО «Moodle» на сайте СПбГЭУ de.unecon.ru/

Виды самостоятельной работы по дисциплине представлены в таблице 7.2.1.

Таблица 7.2.1 – Организация самостоятельной работы обучающегося

№ темы	Вид самостоятельной работы
1	*2*
1-7	Подготовка к лекциям
	Подготовка к практическим занятиям
	Контрольным работам

Каждый вид СРО, указанный в таблице 7.2.1 обеспечен методическими материалами.

8. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

В преподавании дисциплины «Рынки ИКТ и организация продаж» используются образовательные технологии как традиционные, так и с применением активных и интерактивных методов обучения.

Активные и интерактивные методы обучения:

– лекция-дискуссия (тема 1. Введение. Роль дисциплины в подготовке бизнес-аналитика. Обзор законодательства в сфере ИКТ, в области продаж ИКТ-продуктов);
– проблемная лекция (тема 4. Сегментирование рынка ИКТ и позиционирование ИТ-компании на рынке).

9. РЕСУРСНОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

9.1. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

Таблица 9.1.1 – Учебно-методическое обеспечение дисциплины

Библиографическое описание издания (автор, заглавие, вид, место и год издания, кол. стр.)	Основная/ дополнительная литература	Книгообеспеченность	
		Кол-во. экз. в библ. СПбГЭУ	Электронные ресурсы
1. Наумов В.Н. Рынки информационно-коммуникационных технологий и организация продаж : учебник / В.Н.Наумов .— Москва : ИНФРА-М, 2019 .— 403 с. – Имеются другие года издания. - Сведения доступны также по Интернету:	Основная	25	ЭБС ZNANIUM
2. Гаврилов Л.П. Инновационные технологии в коммерции и бизнесе : учебник / Л. П. Гаврилов. — Электрон. дан. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 372 с.	Основная	-	ЭБС Юрайт
3. Одинцов Б.Е. Информационные ресурсы и технологии в экономике : учебное пособие . — Электрон. дан. — Москва : Вузовский учебник : ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М", 2012 .— 462 с.	Дополнительная	-	ЭБС ZNANIUM
4. Основы маркетинга : Пер. с англ. / Ф.	Дополнитель	50	-

Котлер, Г. Армстронг, Сондерс Дж., Вонг В. — / 2-е европ.изд. — Москва, СПб, Киев : Вильямс, 2006 (СПб) .— 943 с.	ная		
5. Ламбен, Ж.-Ж. Менеджмент, ориентированный на рынок : Стратегический и операционный маркетинг / Ж.Ж.Ламбен, Р.Чумпитас, И.Шулинг; Пер. с англ. под ред. В.Б.Колчанова .— 2-е изд. — Санкт-Петербург : Питер, 2010 .— 720 с.	Дополнительная	10	-

Таблица 9.1.2 – Перечень современных профессиональных баз данных (СПБД)

№	Наименование СПБД
1	Электронная библиотека СПбГЭУ– opac.unecon.ru
2	Научная электронная библиотека eLIBRARRY – http://elibrary.ru/defaultx.asp

Таблица 9.1.3 – Перечень информационных справочных систем (ИСС)

№	Наименование ИСС
1	Электронная библиотечная система BOOK.ru - http://www.book.ru
2	Электронная библиотечная система ЭБС ЮРАЙТ - https://urait.ru
3	Электронная библиотечная система IPR BOOKS - http://www.iprbookshop.ru/
4	Электронная библиотечная система ЗНАНИУМ (ZNANIUM) - https://new.znanium.com

9.2. Материально-техническое обеспечение учебного процесса

Для реализации данной дисциплины имеются специальные помещения. Для проведения занятий лекционного типа, имеющие мультимедийное оборудование и компьютеры.

Для проведения практических занятий используются компьютерные классы, с выходом в Интернет, мультимедийная техника.

Для самостоятельной работы используются компьютерные классы, с выходом в Интернет, имеющие доступ в ЭБС университета.

Таблица 9.2.1 – Перечень программного обеспечения (ПО)

№	Наименование ПО
1	Microsoft Windows Professional (КОНТРАКТ № 244/20 «26» июня 2020 г
2	Microsoft Office Professional (КОНТРАКТ № 244/20 «26» июня 2020 г)
3	7-Zip (freeware)

10. ОСОБЕННОСТИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ ДЛЯ ИНВАЛИДОВ И ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ

Обучение обучающихся с ограниченными возможностями здоровья при необходимости осуществляется на основе адаптированной рабочей программы с использованием специальных методов обучения и дидактических материалов, составленных с учетом особенностей психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья таких обучающихся (обучающегося).

В целях освоения учебной программы дисциплины инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья Университет обеспечивает:

– для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья по зрению:

размещение в доступных для обучающихся, являющихся слепыми или слабовидящими, местах и в адаптированной форме справочной информации о расписании учебных занятий; присутствие ассистента, оказывающего обучающемуся необходимую помощь; выпуск альтернативных форматов методических материалов (крупный шрифт или аудиофайлы);

– для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья по слуху: надлежащими звуковыми средствами воспроизведение информации;

– для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья, имеющих нарушения опорно-двигательного аппарата: возможность беспрепятственного доступа обучающихся в учебные помещения, туалетные комнаты и другие помещения кафедры, а также пребывание в указанных помещениях.

Образование обучающихся с ограниченными возможностями здоровья может быть организовано как совместно с другими обучающимися, так и в отдельных группах или в отдельных организациях.

11. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕЙ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Фонд оценочных средств для проведения аттестации уровня сформированности компетенций обучающихся по дисциплине оформляется отдельным документом и является приложением к рабочей программе дисциплины (модуля).