

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ
ФЕДЕРАЦИИ
федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего
образования
"САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
АЭРОКОСМИЧЕСКОГО ПРИБОРОСТРОЕНИЯ"

Кафедра № 82

УТВЕРЖДАЮ

Руководитель образовательной программы

д.э.н., проф.

(должность, уч. степень, звание)

А.С. Будагов

(инициалы, фамилия)

(подпись)

(подпись)

«27» июня 2024 г

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

«Рынки ИКТ и организация продаж»
(Наименование дисциплины)

Код направления подготовки/ специальности	09.03.03
Наименование направления подготовки/ специальности	Прикладная информатика
Наименование направленности	Интеллектуальные информационные системы и технологии
Форма обучения	очная
Год приема	2024

Лист согласования рабочей программы дисциплины

Программу составил (а)

доц., к.т.н., доц.
(должность, уч. степень, звание)

(подпись, дата)

А.М. Полонский
(инициалы, фамилия)

Программа одобрена на заседании кафедры № 82

«20» июня 2024 г, протокол № 11

Заведующий кафедрой № 82

д.э.н., проф.
(уч. степень, звание)

(подпись, дата)

А.С. Будагов
(инициалы, фамилия)

Заместитель директора института №8 по методической работе

доц. к.э.н., доц.
(должность, уч. степень, звание)

(подпись, дата)

Л.В. Рудакова
(инициалы, фамилия)

Аннотация

Дисциплина «Рынки ИКТ и организация продаж» входит в образовательную программу высшего образования – программу бакалавриата по направлению подготовки/ специальности 09.03.03 «Прикладная информатика» направленности «Интеллектуальные информационные системы и технологии». Дисциплина реализуется кафедрой «№82».

Дисциплина нацелена на формирование у выпускника следующих компетенций:

ПК-5 «Способность разрабатывать стратегии продвижения в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"»

Содержание дисциплины охватывает круг вопросов, связанных с маркетингом в области информационно-коммуникационных технологий, с анализом рынка высокотехнологичных продуктов и услуг, построением коммуникаций между создателями, поставщиками и потребителями высокотехнологичных продуктов и услуг.

Преподавание дисциплины предусматривает следующие формы организации учебного процесса: лекции, лабораторные работы, самостоятельная работа обучающегося.

Программой дисциплины предусмотрены следующие виды контроля: текущий контроль успеваемости, промежуточная аттестация в форме дифференцированного зачета.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 4 зачетных единицы, 144 часа.

Язык обучения по дисциплине «русский»

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине

1.1. Цели преподавания дисциплины

Формирование у студентов системных знаний о методах анализа высокотехнологических рынков, о структуре рынка ИТ и об основных тенденциях его развития, о современном маркетинге в сфере информационно-коммуникационных технологий и услуг, об эволюции рынка ИКТ и деятельности наиболее крупных его игроков; получение студентами необходимых и навыков в области методов и технологий продвижения и продаж высокотехнологичных товаров, освоение ими методов и форм анализа целевых групп рынка ИКТ – потенциальных потребителей, партнеров, поставщиков.

1.2. Дисциплина входит в состав части, формируемой участниками образовательных отношений, образовательной программы высшего образования (далее – ОП ВО).

1.3. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения ОП ВО.

В результате изучения дисциплины обучающийся должен обладать следующими компетенциями или их частями. Компетенции и индикаторы их достижения приведены в таблице 1.

Таблица 1 – Перечень компетенций и индикаторов их достижения

Категория (группа) компетенции	Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции
Профессиональные компетенции	ПК-5 Способность разрабатывать стратегии продвижения в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"	ПК-5.3.1 знать стратегии продвижения в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"; принципы, приемы и методы проведения анализа эффективности маркетинговой активности в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" ПК-5.У.1 уметь составлять систему показателей эффективности продвижения; анализировать соответствие выбранных каналов продвижения в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" общей маркетинговой стратегии организации; обосновывать выбор каналов продвижения с точки зрения общей эффективности работы организации на рынке

2. Место дисциплины в структуре ОП

Дисциплина может базироваться на знаниях, ранее приобретенных обучающимися при изучении следующих дисциплин:

- «Информатика»;
- «Информационные системы и технологии»;
- «Операционные системы»;
- «Информационная безопасность».

Знания, полученные при изучении материала данной дисциплины, имеют как самостоятельное значение, так и используются при изучении других дисциплин:

- «Информационный менеджмент»;
- «Архитектура предприятия»;
- «Мультимедиа технологии».

3. Объем и трудоемкость дисциплины

Данные об общем объеме дисциплины, трудоемкости отдельных видов учебной работы по дисциплине (и распределение этой трудоемкости по семестрам) представлены в таблице 2.

Таблица 2 – Объем и трудоемкость дисциплины

Вид учебной работы	Всего	Трудоемкость по семестрам
		№7
1	2	3
Общая трудоемкость дисциплины, ЗЕ/ (час)	4/ 144	4/ 144
Из них часов практической подготовки	17	17
Аудиторные занятия, всего час.	34	34
в том числе:		
лекции (Л), (час)	17	17
практические/семинарские занятия (ПЗ), (час)		
лабораторные работы (ЛР), (час)	17	17
курсовой проект (работа) (КП, КР), (час)		
экзамен, (час)		
Самостоятельная работа, всего (час)	110	110
Вид промежуточной аттестации: зачет, дифф. зачет, экзамен (Зачет, Дифф. зач, Экз.**)	Дифф. Зач.	Дифф. Зач.

Примечание: ** кандидатский экзамен

4. Содержание дисциплины

4.1. Распределение трудоемкости дисциплины по разделам и видам занятий.

Разделы, темы дисциплины и их трудоемкость приведены в таблице 3.

Таблица 3 – Разделы, темы дисциплины, их трудоемкость

Разделы, темы дисциплины	Лекции (час)	ПЗ (СЗ) (час)	ЛР (час)	КП (час)	СРС (час)
Семестр 7					
Раздел 1. Введение Тема 1.1. Характеристика курса. Тема 1.2. Классификация и основные тенденции развития рынка ИКТ	2				4
Раздел 2. Рынок горизонтальных и вертикальных бизнес-приложений Тема 2.1. Рынок горизонтальных бизнес-приложений Тема 2.2. Рынок вертикальных бизнес-приложений	2		1		8
Раздел 3. Характеристики рынков системной интеграции и ИТ-услуг Тема 3.1. Состояние рынка аппаратных средств Тема 3.2. Состояние рынка программных средств	2		2		8
Раздел 4. Функции и средства интернета для взаимодействия с покупателями на рынке ИКТ Тема 4.1. Информационная функция интернета Тема 4.2. Коммуникативная функция интернета Тема 4.4. Коммерческая функция интернета Тема 4.5. Классификация веб-сайтов	2		2		18

Раздел 5. Показатели рынка ИКТ Тема 5.1. Показатели привлекательности рынка ИКТ Тема 5.2. Расчет показателей привлекательности рынка ИКТ Тема 5.3. Методы оценки емкости рынка ИКТ Тема 5.4. Индексные и матричные методы оценки рынка ИКТ	3		4		24
Раздел 6. Маркетинговые исследования рынков ИКТ Тема 6.1. Классификация методов исследования рынка. Тема 6.2. Особенности исследования рынков ИКТ в интернет-среде Тема 6.3. Методы прогнозирования развития рынков ИКТ Тема 6.4. Качественные методы прогнозирования Тема 6.5. Количественные методы прогнозирования	3		4		24
Раздел 7. Формирование ИКТ-продукта как объекта продаж Тема 7.1. Мультиатрибутивная модель ИКТ-продукта Тема 7.2. Товарная политика системных интеграторов	3		4		24
Итого в семестре:	17		17		110
Итого	17	0	17	0	110

Практическая подготовка заключается в непосредственном выполнении обучающимися определенных трудовых функций, связанных с будущей профессиональной деятельностью.

4.2. Содержание разделов и тем лекционных занятий.

Содержание разделов и тем лекционных занятий приведено в таблице 4.

Таблица 4 – Содержание разделов и тем лекционного цикла

Номер раздела	Название и содержание разделов и тем лекционных занятий
1	Характеристика курса. Классификация и основные тенденции развития рынка ИКТ
2	Рынок горизонтальных и вертикальных бизнес-приложений. Рынок горизонтальных бизнес-приложений. Рынок вертикальных бизнес-приложений
3	Характеристики рынков системной интеграции и IT-услуг. Состояние рынка аппаратных средств. Состояние рынка программных средств.
4	Функции и средства интернета для взаимодействия с покупателями на рынке ИКТ. Информационная функция интернета. Коммуникативная функция интернета. Коммерческая функция интернета. Классификация веб-сайтов. Электронные торговые площадки
5	Показатели рынка ИКТ. Показатели привлекательности рынка ИКТ. Расчет показателей привлекательности рынка ИКТ. Методы оценки емкости рынка ИКТ. Индексные и матричные методы оценки рынка ИКТ.

6	Маркетинговые исследования рынков ИКТ. Классификация методов исследования рынка. Особенности исследования рынков ИКТ в интернет-среде. Методы прогнозирования развития рынков ИКТ. Качественные методы прогнозирования. Количественные методы прогнозирования.
7	Формирование ИКТ-продукта как объекта продаж. Мультиатрибутивная модель ИКТ-продукта. Товарная политика системных интеграторов.

Лекционные занятия проводятся с демонстрацией слайдов, иллюстрирующих темы лекционного курса.

4.3. Практические (семинарские) занятия

Темы практических занятий и их трудоемкость приведены в таблице 5.

Таблица 5 – Практические занятия и их трудоемкость

№ п/п	Темы практических занятий	Формы практических занятий	Трудоемкость, (час)	Из них практической подготовки, (час)	№ раздела дисциплины
Учебным планом не предусмотрено					
Всего					

4.4. Лабораторные занятия

Темы лабораторных занятий и их трудоемкость приведены в таблице 6.

Таблица 6 – Лабораторные занятия и их трудоемкость

№ п/п	Наименование лабораторных работ	Трудоемкость, (час)	Из них практической подготовки, (час)	№ раздела дисциплины
Семестр 7				
1	Поиск, обработка и представления данных о рынке ИКТ. Выбор поставщиков аппаратного обеспечения по показателям – стоимость, гарантийные обязательства, сервисное обслуживание.	2	2	
2	Конфигурирование серверного оборудования и оформление заказа на поставку	2	2	
3	Поставка программного обеспечения. Выбор поставщиков лицензионного ПО, оформление заказов на поставку системного, прикладного ПО	2	2	2
4	Получение ПО, поставляемого по модели open source (СПО)	2	2	6
5	Единый портал госзакупок (zakupki.gov.ru). Выбор поставщиков для оказания услуг в сферах системной интеграции, обслуживанию средств вычислительной и оргтехники	2	2	4

6	Анализ предложений по продукции ИКТ-отрасли, предлагаемой на электронных торговых площадках: - Росэлторг - Фабрикант - Сбербанк АСТ	3	3	6
7	Формирование заказа на приобретение системы 1С:Предприятие 8.3 (сервер 1С, конфигурации – «Бухгалтерия», «Зарплата и управление персоналом», «Документооборот», клиентских лицензий	1	1	2
Всего		17	17	

4.5. Курсовое проектирование/ выполнение курсовой работы
Учебным планом не предусмотрено

4.6. Самостоятельная работа обучающихся
Виды самостоятельной работы и ее трудоемкость приведены в таблице 7.

Таблица 7 – Виды самостоятельной работы и ее трудоемкость

Вид самостоятельной работы	Всего, час	Семестр 7, час
1	2	3
Изучение теоретического материала дисциплины (ТО)	70	70
Курсовое проектирование (КП, КР)		
Расчетно-графические задания (РГЗ)		
Выполнение реферата (Р)		
Подготовка к текущему контролю успеваемости (ТКУ)	15	15
Домашнее задание (ДЗ)		
Контрольные работы заочников (КРЗ)		
Подготовка к промежуточной аттестации (ПА)	25	25
Всего:	110	110

5. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)
Учебно-методические материалы для самостоятельной работы обучающихся указаны в п.п. 7-11.

6. Перечень печатных и электронных учебных изданий
Перечень печатных и электронных учебных изданий приведен в таблице 8.
Таблица 8– Перечень печатных и электронных учебных изданий

Шифр/ URL адрес	Библиографическая ссылка	Количество экземпляров в библиотеке (кроме электронных экземпляров)
--------------------	--------------------------	--

339 П 12	Павлова, Н. Н. Маркетинг в практике современной фирмы: учебник для слушателей бизнес-школ / Н. Н. Павлова. - М.: НОРМА, 2011. - 384 с.	10
	Наумов В.Н. Рынки информационно-коммуникационных технологий и организация продаж / В.Н. Наумов. - Москва : Инфра-М, 2022. - 404 с. - ISBN 978-5-16-012042-3. - URL: https://www.ibooks.ru/bookshelf/361574/reading (дата обращения: 05.08.2024). - Текст: электронный	

7. Перечень электронных образовательных ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»

Перечень электронных образовательных ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины приведен в таблице 9.

Таблица 9 – Перечень электронных образовательных ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»

URL адрес	Наименование
https://lms.guar.ru	Страница курса «Рынки ИКТ и организация продаж» в СДО ГУАП
https://pro.guar.ru	Страница курса «Рынки ИКТ и организация продаж» в АИС ГУАП

8. Перечень информационных технологий

8.1. Перечень программного обеспечения, используемого при осуществлении образовательного процесса по дисциплине.

Перечень используемого программного обеспечения представлен в таблице 10.

Таблица 10– Перечень программного обеспечения

№ п/п	Наименование
	Не предусмотрено

8.2. Перечень информационно-справочных систем, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине

Перечень используемых информационно-справочных систем представлен в таблице 11.

Таблица 11– Перечень информационно-справочных систем

№ п/п	Наименование
1	Информационная справочная система «Консультант Плюс»

9. Материально-техническая база

Состав материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине, представлен в таблице 12.

Таблица 12 – Состав материально-технической базы

№ п/п	Наименование составной части материально-технической базы	Номер аудитории (при необходимости)
1	Лекционная аудитория Аудитория укомплектована специализированной мебелью и техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации большой аудитории, набором демонстрационного оборудования и учебно-наглядными пособиями, обеспечивающими тематические иллюстрации, соответствующие рабочим учебным программам дисциплин (модулей).	14-05, 14-15, 24-16 ЛС
2	Компьютерный класс для проведения лабораторных работ Аудитория укомплектована специализированной мебелью, техническими средствами обучения, оснащена лабораторным оборудованием	14-06 – 14-11 ЛС
3	Аудитории общего пользования (для групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации) Аудитория укомплектована специализированной мебелью, техническими средствами обучения, служащими для предоставления учебной информации большой аудитории	
4	Библиотека, Интернет-класс ГУАП (для самостоятельной работы) Помещения укомплектованы специализированной мебелью, оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечено доступом в электронную информационно-образовательную среду ГУАП	

10. Оценочные средства для проведения промежуточной аттестации

10.1. Состав оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине приведен в таблице 13.

Таблица 13 – Состав оценочных средств для проведения промежуточной аттестации

Вид промежуточной аттестации	Перечень оценочных средств
Дифференцированный зачёт	Список вопросов; Тесты;

10.2. В качестве критериев оценки уровня сформированности (освоения) компетенций обучающимися применяется 5-балльная шкала оценки сформированности компетенций, которая приведена в таблице 14. В течение семестра может использоваться 100-балльная шкала модульно-рейтинговой системы Университета, правила использования которой, установлены соответствующим локальным нормативным актом ГУАП.

Таблица 14 – Критерии оценки уровня сформированности компетенций

Оценка компетенции	Характеристика сформированных компетенций
--------------------	---

5-балльная шкала	
«отлично» «зачтено»	<ul style="list-style-type: none"> – обучающийся глубоко и всесторонне усвоил программный материал; – уверенно, логично, последовательно и грамотно его излагает; – опираясь на знания основной и дополнительной литературы, тесно привязывает усвоенные научные положения с практической деятельностью направления; – умело обосновывает и аргументирует выдвигаемые им идеи; – делает выводы и обобщения; – свободно владеет системой специализированных понятий.
«хорошо» «зачтено»	<ul style="list-style-type: none"> – обучающийся твердо усвоил программный материал, грамотно и по существу излагает его, опираясь на знания основной литературы; – не допускает существенных неточностей; – увязывает усвоенные знания с практической деятельностью направления; – аргументирует научные положения; – делает выводы и обобщения; – владеет системой специализированных понятий.
«удовлетворительно» «зачтено»	<ul style="list-style-type: none"> – обучающийся усвоил только основной программный материал, по существу излагает его, опираясь на знания только основной литературы; – допускает несущественные ошибки и неточности; – испытывает затруднения в практическом применении знаний направления; – слабо аргументирует научные положения; – затрудняется в формулировании выводов и обобщений; – частично владеет системой специализированных понятий.
«неудовлетворительно» «не зачтено»	<ul style="list-style-type: none"> – обучающийся не усвоил значительной части программного материала; – допускает существенные ошибки и неточности при рассмотрении проблем в конкретном направлении; – испытывает трудности в практическом применении знаний; – не может аргументировать научные положения; – не формулирует выводов и обобщений.

10.3. Типовые контрольные задания или иные материалы.

Вопросы (задачи) для экзамена представлены в таблице 15.

Таблица 15 – Вопросы (задачи) для экзамена

№ п/п	Перечень вопросов (задач) для экзамена	Код индикатора
	Учебным планом не предусмотрено	

Вопросы (задачи) для зачета / дифф. зачета представлены в таблице 16.

Таблица 16 – Вопросы (задачи) для зачета / дифф. зачета

№ п/п	Перечень вопросов (задач) для зачета / дифф. зачета	Код индикатора
1.	Раскрыть понятия рынка ИКТ. Описать структуру рынка ИКТ, из каких сегментов он состоит	ПК-5.3.1
2.	Описать рынок аппаратного обеспечения. Основные характеристики серверов, компьютеров, мобильных средств вычислительной техники, проблемы, связанные с уходом западных производителей из России, тенденции развития отечественного рынка	ПК-5.3.1
3.	Описать рынок программного обеспечения. Основные классы	ПК-5.3.1

	программ, методы их лицензирования. Характеристика наиболее распространенного ПО, проблемы, связанные с уходом западных компаний – производителей ПО из России, тенденции развития отечественного ПО	
4.	Описать рынок телекоммуникаций. Привести основные виды оборудования, их основные характеристики, имеющиеся проблемы, связанные с уходом западных производителей из России и тенденции развития отечественного рынка телекоммуникационного оборудования	ПК-5.3.1
5.	Описать рынок ИТ-услуг. Указать задачи данного рынка, показать преимущества и недостатки использования модели «ПО как услуга». Рассмотреть особенности передачи собственной инфраструктуры предприятия на обслуживание сторонней организации.	ПК-5.3.1
6.	Описать основные понятия, категории, модели, методы маркетинговых исследований рынка ИКТ	ПК-5.3.1
7.	Рассмотреть методику поиска, обработки и представления данных о рынке ИКТ. Привести основные источники информации о рынке ИКТ	ПК-5.3.1
8.	Рассмотреть мировые рынки ИКТ (по сегментам), указать основных производителей и выпускаемую ими продукции (или оказываемые услуги). Рассмотреть российский рынок ИКТ, оценить степень импортозамещения	ПК-5.3.1
9.	Рассмотреть процессы импортозамещение аппаратного, телекоммуникационного и программного обеспечения, пояснить – какие возникают проблемы, можно ли полностью отказаться от импортного программного и аппаратного обеспечения.	ПК-5.3.1
10.	Рассмотреть рынок системной интеграции, оказания консалтинговых услуг в сфере ИКТ. Описать преимущества использования услуг системного интегратора и (или) консалтинговой компании. Может быть лучше (и дешевле) все сделать своими силами?	ПК-5.3.1
11.	Описать процесс подготовки документации на приобретение ИКТ-продукции, каковы особенности приобретения лицензий на программное обеспечение?	ПК-5.У.1
12.	Описать подготовку документации на продажу ИКТ-продукции	ПК-5.У.1
13.	Торговые процедуры на электронных торговых площадках	ПК-5.У.1
14.	Использование портала госзакупок zakurki.gov.ru при анализе потенциальных потребителей продукции	ПК-5.У.1
15.	Использование портала госзакупок zakurki.gov.ru при анализе потенциальных поставщиков продукции	ПК-5.У.1
16.	Как получить электронную подпись для участия на электронных торговых площадках	ПК-5.У.1
17.	Как оформить для электронной подписи ответственного сотрудника предприятия машиночитаемую доверенность (МЧД) руководителя	ПК-5.У.1
18.	Как юридическому лицу оформить приобретение лицензионного программного обеспечения	ПК-5.У.1
19.	Как из открытых источников получить информацию о деловой репутации потенциального поставщика товаров или услуг в сфере ИКТ	ПК-5.У.1
20.	По каким критериям определить стоимость ИКТ-услуг,	ПК-5.У.1

	предлагаемых нашей компанией	
--	------------------------------	--

Перечень тем для курсового проектирования/выполнения курсовой работы представлены в таблице 17.

Таблица 17 – Перечень тем для курсового проектирования/выполнения курсовой работы

№ п/п	Примерный перечень тем для курсового проектирования/выполнения курсовой работы
	Учебным планом не предусмотрено

Вопросы для проведения промежуточной аттестации в виде тестирования представлены в таблице 18.

Таблица 18 – Примерный перечень вопросов для тестов

№ п/п	Примерный перечень вопросов для тестов	Код индикатора												
1	<p>Инструкция: прочитайте текст и установите соответствие Установите соответствие между определениями и их описанием:</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>Определение модели продаж</th> <th>Описание</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>1. B2B</td> <td>А. продавец – частное (физическое) лицо, покупатель – государственное предприятие (учреждение)</td> </tr> <tr> <td>2. B2C</td> <td>В. продавец – частная компания (возможно – с участием государства), покупатель – физическое лицо</td> </tr> <tr> <td>3. B2G</td> <td>С. продавец и покупатель – частные (физические) лица</td> </tr> <tr> <td>4. C2C</td> <td>Д. продавец – физическое лицо, покупатель – государственное учреждение</td> </tr> <tr> <td>5. C2G</td> <td>Е. продавец и покупатель – частные компании (возможно – с участием государства)</td> </tr> </tbody> </table> <p>К каждой позиции, данной в левом столбце, подберите соответствующую позицию в правом столбце:</p>	Определение модели продаж	Описание	1. B2B	А. продавец – частное (физическое) лицо, покупатель – государственное предприятие (учреждение)	2. B2C	В. продавец – частная компания (возможно – с участием государства), покупатель – физическое лицо	3. B2G	С. продавец и покупатель – частные (физические) лица	4. C2C	Д. продавец – физическое лицо, покупатель – государственное учреждение	5. C2G	Е. продавец и покупатель – частные компании (возможно – с участием государства)	ПК-5.3.1
Определение модели продаж	Описание													
1. B2B	А. продавец – частное (физическое) лицо, покупатель – государственное предприятие (учреждение)													
2. B2C	В. продавец – частная компания (возможно – с участием государства), покупатель – физическое лицо													
3. B2G	С. продавец и покупатель – частные (физические) лица													
4. C2C	Д. продавец – физическое лицо, покупатель – государственное учреждение													
5. C2G	Е. продавец и покупатель – частные компании (возможно – с участием государства)													
2	<p>Инструкция: Прочитайте текст и установите последовательность Установите последовательность этапов работы с клиентом в B2B-продажах</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Создание предложения для клиента 2. Обсуждение условий сделки 3. Подготовка коммерческого предложения 4. Поиск потенциальных клиентов 5. Заключение договора <p>Запишите соответствующую последовательность букв слева направо</p>	ПК-5.3.1												
3	<p>Инструкция: прочитайте текст, выберите правильные варианты ответа и запишите аргументы, обосновывающие</p>	ПК-5.3.1												

	<p>выбор ответов Прочитайте текст, выберите правильный ответ и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответов. Текст задания: Какие задачи выполняют электронные торговые площадки (ЭТП) «Росэлторг», «Фабрикант» и «Сбербанк АСТ»?</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. На перечисленных ЭТП можно осуществлять закрытые торговые процедуры в сфере государственного оборонного заказа 2. На перечисленных ЭТП можно осуществлять торговые процедуры в рамках 44-ФЗ 3. На перечисленных ЭТП физические лица могут выставлять на продажу свои товары, услуги. 4. На перечисленных ЭТП можно осуществлять торговые процедуры в рамках 223-ФЗ 											
4	<p>Инструкция: Прочитайте текст и выберите один правильный ответ Что такое ИКТ и какую роль они играют на современном рынке?</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Информационно-коммуникационные технологии, используются для улучшения связи и обработки данных. 2. Искусственный ключевой термин, обозначающий старые технологии. 3. Инструменты для развлечений, не имеющие коммерческого значения. 4. Социальная сеть для бизнеса 5. Платежная система 	ПК-5.3.1										
5	<p>Инструкция: Прочитайте текст и запишите ответ. Приведите принципы, приемы и методы проведения анализа эффективности маркетинговой активности в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»</p>	ПК-5.3.1										
6	<p>Инструкция: прочитайте текст и установите соответствие Установите соответствие между свойствами файловых систем:</p> <table border="1" data-bbox="347 1341 1262 2078"> <thead> <tr> <th data-bbox="347 1341 730 1420">Название ключевой метрики</th> <th data-bbox="730 1341 1262 1420">Описание</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td data-bbox="347 1420 730 1568">1. CTR (Click Through Rate)</td> <td data-bbox="730 1420 1262 1568">А. показатель вовлеченности. Это количество времени, которое пользователи проводят на вашем сайте или в приложении</td> </tr> <tr> <td data-bbox="347 1568 730 1749">2. Conversion Rate</td> <td data-bbox="730 1568 1262 1749">В. показатель конверсии. Это процент пользователей, которые совершили целевое действие на вашем сайте (например, оформили заказ)</td> </tr> <tr> <td data-bbox="347 1749 730 1933">3. Engagement Rate</td> <td data-bbox="730 1749 1262 1933">С. показатель кликабельности. Это процент пользователей, которые перешли по ссылке на ваш сайт после просмотра рекламного объявления.</td> </tr> <tr> <td data-bbox="347 1933 730 2078">4. Customer Satisfaction</td> <td data-bbox="730 1933 1262 2078">Д. показатель стоимости привлечения нового клиента. Это сумма затрат на привлечение одного нового клиента</td> </tr> </tbody> </table>	Название ключевой метрики	Описание	1. CTR (Click Through Rate)	А. показатель вовлеченности. Это количество времени, которое пользователи проводят на вашем сайте или в приложении	2. Conversion Rate	В. показатель конверсии. Это процент пользователей, которые совершили целевое действие на вашем сайте (например, оформили заказ)	3. Engagement Rate	С. показатель кликабельности. Это процент пользователей, которые перешли по ссылке на ваш сайт после просмотра рекламного объявления.	4. Customer Satisfaction	Д. показатель стоимости привлечения нового клиента. Это сумма затрат на привлечение одного нового клиента	ПК-5.У.1
Название ключевой метрики	Описание											
1. CTR (Click Through Rate)	А. показатель вовлеченности. Это количество времени, которое пользователи проводят на вашем сайте или в приложении											
2. Conversion Rate	В. показатель конверсии. Это процент пользователей, которые совершили целевое действие на вашем сайте (например, оформили заказ)											
3. Engagement Rate	С. показатель кликабельности. Это процент пользователей, которые перешли по ссылке на ваш сайт после просмотра рекламного объявления.											
4. Customer Satisfaction	Д. показатель стоимости привлечения нового клиента. Это сумма затрат на привлечение одного нового клиента											

	5. Cost Per Acquisition (CPA)	Е. показатель удовлетворенности клиентов. Это процент пользователей, которые остались довольны вашим продуктом или услугой	
К каждой позиции, данной в левом столбце, подберите соответствующую позицию в правом столбце:			
7	<p>Инструкция: Прочитайте текст и установите последовательность</p> <p>Расположите в правильной последовательности приоритет каналов продвижения в Интернете:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Оценка бюджета: Важно оценить свой бюджет и определить, какие каналы вы можете себе позволить использовать. 2. Исследование рынка: Необходимо провести исследование рынка, чтобы понять, какие каналы продвижения наиболее популярны среди вашей целевой аудитории. 3. Тестирование каналов: После выбора нескольких каналов продвижения следует провести тестирование, чтобы определить, какие из них работают лучше всего. 4. Мониторинг результатов: Необходимо регулярно отслеживать результаты продвижения и корректировать стратегию при необходимости. 5. Определение целей продвижения: Необходимо определить, какие цели вы хотите достичь с помощью продвижения в Интернете. Например, увеличение продаж, повышение узнаваемости бренда, привлечение новых клиентов и т.д. <p>Запишите соответствующую последовательность букв слева направо</p>		ПК-5.У.1
8	<p>Инструкция: прочитайте текст, выберите правильный ответ и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответа</p> <p>Укажите эффективные стратегии продвижения товаров с помощью сообщений электронной почты? Обоснуйте свой выбор.</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Использование массовой рассылки сообщений электронной почты с указанием в качестве обратного адреса отправителя несуществующий почтовый адрес. 2. Массовая рассылка сообщений электронной почты, в которых рекламируется товар (услуги), в качестве адреса отправителя электронной почты используется реально существующий адрес компании, предлагающей товар (услугу). Получатель сообщения предварительно дал согласие на получение сообщений и в любой момент может отказаться от рассылки. 3. Рассылка сообщений электронной почты участникам целевой группы в социальной сети с использованием адреса электронной почты, который каждый участник указал при регистрации. 4. Рассылка сообщений электронной почты клиентам фирмы, которые ранее приобретали аналогичный товар (услуги) и давали согласие на получение рекламной информации 5. Рассылка сообщений электронной почты посетителям 		ПК-5.У.1

	сайта, предполагающего регистрацию посетителя, предлагающего товар (услугу), адрес электронной почты получателя сообщения может быть получен из регистрационных данных посетителя на данном или партнерских сайтах	
9	<p>Инструкция: Прочитайте текст и выберите один правильный ответ</p> <p>Каким образом осуществляется продажа товара (предоставление услуги) на электронных торговых площадках (ЭТП)? Что нужно сделать для регистрации и последующей работе на ЭТП?</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Зарегистрироваться на ЭТП (по логину и паролю), заполнить регистрационную карточку производителя товара (услуги), в дальнейшем входить на ЭТП по логину/паролю и осуществлять продажу товаров и предоставление услуг 2. Получить квалифицированную усиленную электронную подпись (КУЭП) юридического лица, зарегистрироваться на ЭТП с помощью КУЭП, в дальнейшем входить на ЭТП по КУЭП и осуществлять продажу товаров (предоставление услуг). 3. Предварительно сотрудник компании должен получить КУЭП как физическое лицо. Предприятие (компания) должна предварительно зарегистрироваться на ЭТП с помощью КУЭП руководителя (генерального директора или иного лица, имеющего полномочия на действия от имени юридического лица без доверенности). Сотрудник, который в дальнейшем будет работать на ЭТП со своей КУЭП (уполномоченный сотрудник) должен получить от руководителя машиночитаемую доверенность (МЧД) и разместить ее в личном кабинете компании в Единой информационной системе (ЕИС) закупок. 4. На ЭТП может работать только руководитель компании со своей УКЭП, если он поручает какому-либо сотруднику вместо него работать на ЭТП, то он должен передать этому сотруднику свою КУЭП, либо сделать ее копию и передать для дальнейшей работы копию (дубликат) 	ПК-5.У.1
10	<p>Инструкция: Прочитайте текст и запишите ответ.</p> <p>Что такое контекстная реклама при продаже ИКТ-продуктов? Насколько она эффективна?</p>	ПК-5.У.1

Ключи правильных ответов размещены в приложении к РПД.
Система оценивания тестовых заданий

№	Указания по оцениванию	Результат оценивания (баллы, полученные за выполнение \ характеристика правильности ответа)
1	Задание закрытого типа на установление соответствия считается верным, если установлены все соответствия (позиции из одного столбца верно сопоставлены с позициями другого столбца)	Полное совпадение с верным ответом оценивается 1 баллом, неверный ответ или его отсутствие – 0 баллов (либо указывается «верно» \ «неверно»)
2	Задание закрытого типа на	Полное совпадение с верным ответом

	установление последовательности считается верным, если правильно указана вся последовательность цифр	оценивается 1 баллом, если допущены ошибки или ответ отсутствует – 0 баллов (либо указывается «верно» \ «неверно»)
3	Задание комбинированного типа с выбором одного верного ответа из четырех предложенных и обоснованием выбора считается верным, если правильно указана цифра и приведены конкретные аргументы, используемые при выборе ответа	Полное совпадение с верным ответом оценивается 1 баллом, если допущены ошибки или ответ отсутствует – 0 баллов (либо указывается «верно» \ «неверно»)
4	Задание комбинированного типа с выбором нескольких вариантов ответа из предложенных и развернутым обоснованием выбора считается верным, если правильно указаны цифры и приведены конкретные аргументы, используемые при выборе ответов	Полное совпадение с верным ответом оценивается 1 баллом, если допущены ошибки или ответ отсутствует – 0 баллов (либо указывается «верно» \ «неверно»)
5	Задание открытого типа с развернутым ответом считается верным, если ответ совпадает с эталонным по содержанию и полноте	Правильный ответ за задание оценивается в 3 балла, если допущена одна ошибка \ неточность \ ответ правильный, но не полный - 1 балл, если допущено более 1 ошибки \ ответ неправильный \ ответ отсутствует – 0 баллов (либо указывается «верно» \ «неверно»)

Перечень тем контрольных работ по дисциплине обучающихся заочной формы обучения, представлены в таблице 19.

Таблица 19 – Перечень контрольных работ

№ п/п	Перечень контрольных работ
	Не предусмотрено

10.4. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания индикаторов, характеризующих этапы формирования компетенций, содержатся в локальных нормативных актах ГУАП, регламентирующих порядок и процедуру проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся ГУАП.

11. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

11.1. Методические указания для обучающихся по освоению лекционного материала.

Основное назначение лекционного материала – логически стройное, системное, глубокое и ясное изложение учебного материала. Назначение современной лекции в рамках дисциплины не в том, чтобы получить всю информацию по теме, а в освоении фундаментальных проблем дисциплины, методов научного познания, новейших достижений научной мысли. В учебном процессе лекция выполняет методологическую, организационную и информационную функции. Лекция раскрывает понятийный аппарат

конкретной области знания, её проблемы, дает цельное представление о дисциплине, показывает взаимосвязь с другими дисциплинами.

Планируемые результаты при освоении обучающимися лекционного материала:

- получение современных, целостных, взаимосвязанных знаний, уровень которых определяется целевой установкой к каждой конкретной теме;
- получение опыта творческой работы совместно с преподавателем;
- развитие профессионально-деловых качеств, любви к предмету и самостоятельного творческого мышления.
- появление необходимого интереса, необходимого для самостоятельной работы;
- получение знаний о современном уровне развития науки и техники и о прогнозе их развития на ближайшие годы;
- научиться методически обрабатывать материал (выделять главные мысли и положения, приходить к конкретным выводам, повторять их в различных формулировках);
- получение точного понимания всех необходимых терминов и понятий.

Лекционный материал может сопровождаться демонстрацией слайдов и использованием раздаточного материала при проведении коротких дискуссий об особенностях применения отдельных тематик по дисциплине.

Структура предоставления лекционного материала:

На лекциях преподаватель излагает фундаментальные проблемы дисциплины и разъясняет основные, наиболее сложные понятия темы, а также связанные с ней теоретические и практические проблемы и дает указания на самостоятельную работу

В лекционном материале содержится:

- изложение теоретических вопросов, связанных с рассматриваемой темой;
- описание методов и алгоритмов, применяемых в ОС;
- демонстрация использования в ОС рассмотренных методов и алгоритмов;
- обобщение изложенного материала;
- ответы на возникающие вопросы по теме лекции.

Во время лекционных занятий студентом ведется конспектирование учебного материала. При конспектировании лекций необходимо обращать внимание на категории, формулировки, раскрывающие содержание тех или иных явлений и процессов, научные выводы и практические рекомендации, положительный опыт в ораторском искусстве. Желательно оставлять в рабочих конспектах поля, на которых делать пометки из рекомендованной литературы, дополняющие материал прослушанной лекции, а также подчеркивающие особую важность тех или иных теоретических положений. Студент имеет право задавать преподавателю уточняющие вопросы с целью уяснения теоретических положений, разрешения спорных ситуаций.

Основное назначение лекционного материала – логически стройное, системное, глубокое и ясное изложение учебного материала. Назначение современной лекции в рамках дисциплины не в том, чтобы получить всю информацию по теме, а в освоении фундаментальных проблем дисциплины, методов научного познания, новейших достижений научной мысли. В учебном процессе лекция выполняет методологическую, организационную и информационную функции. Лекция раскрывает понятийный аппарат конкретной области знания, ее проблемы, дает цельное представление о дисциплине, показывает взаимосвязь с другими дисциплинами.

Презентация лекций в формате Microsoft Power Point опубликована на странице дисциплины в системе дистанционного обучения ГУАП – LMS по адресу (URL) <https://lms.guap.ru> и доступна для скачивания студентами.

11.2. Методические указания для обучающихся по участию в семинарах
Учебным планом не предусмотрено

11.3. Методические указания для обучающихся по прохождению практических занятий

Учебным планом не предусмотрено

11.4. Методические указания для обучающихся по выполнению лабораторных работ (*если предусмотрено учебным планом по данной дисциплине*)

В ходе выполнения лабораторных работ обучающийся должен углубить и закрепить знания, практические навыки, овладеть современной методикой и техникой эксперимента в соответствии с квалификационной характеристикой обучающегося. Выполнение лабораторных работ состоит из экспериментально-практической, расчетно-аналитической частей и контрольных мероприятий.

Выполнение лабораторных работ обучающимся является неотъемлемой частью изучения дисциплины, определяемой учебным планом, и относится к средствам, обеспечивающим решение следующих основных задач обучающегося:

- приобретение навыков исследования процессов, явлений и объектов, изучаемых в рамках данной дисциплины;
- закрепление, развитие и детализация теоретических знаний, полученных на лекциях;
- получение новой информации по изучаемой дисциплине;
- приобретение навыков самостоятельной работы с лабораторным оборудованием и приборами.

Задание и требования к проведению лабораторных работ

Лабораторные работы выполняются в компьютерном (дисплейном) классе на персональных компьютерах.

Лабораторные работы выполняются обучающимися самостоятельно в соответствии с методическими указаниями и заданиями по выполнению лабораторных работ. Преподаватель перед началом лабораторной работы ставит перед обучающимися задачу, кратко описывает цель и методику выполнения работ, оказывает методическую помощь при выполнении работы.

Обучающиеся могут по согласованию с преподавателем использовать при выполнении лабораторных работ свои личные средства вычислительной техники (ноутбуки) и/или выполнять лабораторные работы вне компьютерного (дисплейного) класса ГУАП, например, дома или в общежитии.

По завершении выполнения работы обучающийся должен представить преподавателю отчет по лабораторной работе и защитить его. Отчет должен быть представлен (выложен в личный кабинет студента в АИС ГУАП) до начала следующей по расписанию лабораторной работы. Защита лабораторных работ осуществляется, как правило, на зачетной неделе.

Методические указания и задания выдаются обучающимся на бумажном носителе или предоставляются в электронном виде (в виде файлов форматов pdf или графических файлов). Файлы с заданиями могут быть размещены на локальных файловых ресурсах или в системе дистанционного обучения ГУАП – LMS. Как правило, в файлах методических указаний и заданий должна быть исключена возможность копирования файла в целом или его отдельных фрагментов.

Методические указания по выполнению лабораторных работ содержатся:

- на портале АИС ГУАП по адресу <https://pro.guap.ru> (в разделе дисциплины «Рынки ИКТ и организация продаж»);
- в системе дистанционного образования ГУАП по адресу <https://lms.guap.ru> (в разделе дисциплины «Рынки ИКТ и организация продаж»);

Структура и форма отчета о лабораторной работе

Отчёт должен содержать:

- титульный лист с указанием наименования Университета, института (кафедры), дисциплины, темы лабораторной работы, фамилии обучающегося, даты выполнения работы;
- краткое задание на выполнение лабораторной работы;
- краткие теоретические сведения о цели выполнения лабораторной работы;
- описание процесса выполнения лабораторной работы с приложением (при необходимости) образов экранов или иного графического материала;
- выводы по работе;
- ответы на контрольные вопросы.

Форма отчёта выполнения каждого задания указывается в методических указаниях.

Требования к оформлению отчета о лабораторной работе

По каждой работе выполняется отдельный отчет.

Отчёт по лабораторной работе создаётся в электронном виде в формате Microsoft Word (типы файла отчета – doc или docx) и (или) Microsoft Excel (типы файла отчёта – xls илиxlsx). Предоставление отчета в формате pdf или полностью в графическом формате допускается только по согласованию с преподавателем. Имя файла должно обязательно содержать дисциплину, номер лабораторной работы, фамилию обучающегося и номер группы, например, *ИКТ-лаб_4-Петров-8826.docx*.

Отчет размещается в системе дистанционного образования ГУАП - LMS или в личном кабинете АИС ГУАП в разделе дисциплины «Рынки ИКТ и организация продаж».

Требования к выполнению лабораторных работ опубликованы в системе дистанционного обучения ГУАП – LMS по URL-адресу <https://lms.guap.ru/>

Отчет должен быть выполнен в соответствии с ГОСТ 7.32-2017 «СИБИД. Отчет о научно-исследовательской работе. Структура и правила оформления» и ГОСТ 2.105-2019 «ЕСКД. Общие требования к текстовым документам». Титульный лист должен соответствовать шаблону, опубликованному на сайте ГУАП в разделе «Сектор нормативной документации» по адресу <https://guap.ru/regdocs/docs/uch>.

11.5. Методические указания для обучающихся по прохождению курсового проектирования/выполнения курсовой работы

Учебным планом не предусмотрено.

11.6. Методические указания для обучающихся по прохождению самостоятельной работы

В ходе выполнения самостоятельной работы, обучающийся выполняет работу по заданию и при методическом руководстве преподавателя, но без его непосредственного участия.

Для обучающихся по заочной форме обучения, самостоятельная работа может включать в себя контрольную работу.

В процессе выполнения самостоятельной работы, у обучающегося формируется целесообразное планирование рабочего времени, которое позволяет им развивать умения и навыки в усвоении и систематизации приобретаемых знаний, обеспечивает высокий уровень успеваемости в период обучения, помогает получить навыки повышения профессионального уровня.

Методическими материалами, направляющими самостоятельную работу обучающихся являются:

- учебно-методический материал по дисциплине;
- методические указания по выполнению контрольных работ (для обучающихся по заочной форме обучения).

Рекомендуется в качестве самостоятельной работы изучить отечественные операционные системы, используя в качестве станда персональный компьютер в среде виртуализации в соответствии с рекомендациями, приведенными в учебно-методическом пособии:

Полонский, Александр Михайлович (доц.). Основы информационных технологий. Импортозамещение программного обеспечения. Отечественные операционные системы Astra Linux и РЕД ОС : учебно-методическое пособие / А. М. Полонский ; С.-Петербург. гос. ун-т аэрокосм. приборостроения. - Электрон. текстовые дан. - Санкт-Петербург : Изд-во ГУАП, 2023. - 112 с. - Систем. требования: ACROBAT READER 5.X. - Б. ц. - Текст : электронный.

11.7. Методические указания для обучающихся по прохождению текущего контроля успеваемости.

Текущий контроль успеваемости предусматривает контроль качества знаний обучающихся, осуществляемого в течение семестра с целью оценивания хода освоения дисциплины.

Текущий контроль успеваемости предполагает постоянный контроль знаний студентов исходя из их посещения лекционных и практических занятий, лабораторных работ. Учитывается активность обучаемых на лекциях и практических занятиях в форме групповых дискуссий, своевременность выполнения и защиты отчетов по лабораторным работам, работа над курсовым проектом /работой в соответствии с календарным планом.

Результаты текущего контроля успеваемости будут учитываться при проведении промежуточной аттестации.

Критерии для текущего контроля успеваемости:

- **аттестован** – успешно выполнено не менее 75% лабораторных работ, отсутствуют пропуски лекционных занятий;
- **не аттестован** – выполнено менее 75% лабораторных работ, имеется один и более пропуск лекционных занятий по неуважительной причине.

11.8. Методические указания для обучающихся по прохождению промежуточной аттестации.

Промежуточная аттестация обучающихся предусматривает оценивание промежуточных и окончательных результатов обучения по дисциплине. Она включает в себя:

– дифференцированный зачет – это форма оценки знаний, полученных обучающимся при изучении дисциплины, при выполнении курсовых проектов, курсовых работ, научно-исследовательских работ и прохождении практик с аттестационной оценкой «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно».

Промежуточная аттестация в форме дифференцированного зачета.

Дифференцированный зачет проводится на зачетной неделе, как правило, по расписанию лекций и лабораторных работ в семестре. Об изменениях даты, времени, аудитории студенты заблаговременно оповещаются преподавателем в форме объявлений в АИС ГУАП.

Дифференцированный зачет проводится в устной форме по вопросам, приведенным в данной РПД. Преподаватель задает студенту два вопроса из различных частей курса. Преподаватель в последующем имеет право задавать студенту уточняющие и/или дополнительные вопросы. Вопросы распределяются студентам случайным образом. Студенту предоставляется время на подготовку к ответу – 10-15 минут. При подготовке студент может использовать свой конспект лекций на бумажном или электронном носителе. При ответе на вопросы не рекомендуется зачитывать свои записи, следует излагать суть вопросов своими словами, используя записи или конспект лекций для иллюстрации отдельных положений курса.

Результаты текущего контроля успеваемости учитываются при проведении дифференцированного зачета. Студентам, которые успешно прошли текущий контроль успеваемости, посещали все лекции, выполнили все лабораторные работы, в срок предоставили и защитили по ним отчеты, количество вопросов может быть уменьшено и/или не будут заданы дополнительные вопросы.

Лист внесения изменений в рабочую программу дисциплины

Дата внесения изменений и дополнений. Подпись внесшего изменения	Содержание изменений и дополнений	Дата и № протокола заседания кафедры	Подпись зав. кафедрой