

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное автономное учреждение
высшего профессионального образования
"Казанский (Приволжский) федеральный университет"
Центр бакалавриата Менеджмент



УТВЕРЖДАЮ

Проректор по образовательной деятельности КФУ

Проф. Талорский Д.А.

_____ 20__ г.

подписано электронно-цифровой подписью

Программа дисциплины

Аналитика в исследовании рынка информационно-коммуникационных технологий Б1.В.ДВ.10

Направление подготовки: 38.03.02 - Менеджмент

Профиль подготовки: Бизнес-аналитика в управленческой деятельности

Квалификация выпускника: бакалавр

Форма обучения: очное

Язык обучения: русский

Автор(ы):

Лукишина Л.В.

Рецензент(ы):

Садриев А.Р.

СОГЛАСОВАНО:

Заведующий(ая) кафедрой: Мельник А. Н.

Протокол заседания кафедры No ____ от " ____ " _____ 201__ г

Учебно-методическая комиссия Института управления, экономики и финансов (центр бакалавриата: менеджмент):

Протокол заседания УМК No ____ от " ____ " _____ 201__ г

Регистрационный No 949927817

Казань
2017

Содержание

1. Цели освоения дисциплины
2. Место дисциплины в структуре основной образовательной программы
3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины /модуля
4. Структура и содержание дисциплины/ модуля
5. Образовательные технологии, включая интерактивные формы обучения
6. Оценочные средства для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины и учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студентов
7. Литература
8. Интернет-ресурсы
9. Материально-техническое обеспечение дисциплины/модуля согласно утвержденному учебному плану

Программу дисциплины разработал(а)(и) доцент, к.н. Лукишина Л.В. кафедра инноваций и инвестиций Институт управления, экономики и финансов, llukishina@mail.ru

1. Цели освоения дисциплины

Целью изучения данной дисциплины является получение системных знаний о методах анализа высокотехнологических рынков, структуре рынка информационно-коммуникационных технологий, его основных участниках, основных тенденциях развития отдельных сегментов данного рынка, а также освоение теоретических основ ведения маркетинговой деятельности на рынке информационных продуктов.

2. Место дисциплины в структуре основной образовательной программы высшего профессионального образования

Данная учебная дисциплина включена в раздел " Б1.В.ДВ.10 Дисциплины (модули)" основной образовательной программы 38.03.02 Менеджмент и относится к дисциплинам по выбору. Осваивается на 4 курсе, 7 семестр.

Знания, полученные студентами в результате изучения курса "Рынки информационно-коммуникационных технологий и организация продаж", могут быть использованы в дальнейшем при изучении дисциплины "Эффективность информационных технологий", а также при подготовке курсовых и дипломных работ

3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины /модуля

В результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции:

Шифр компетенции	Расшифровка приобретаемой компетенции
ОПК-7 (профессиональные компетенции)	способность решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности
ПК-10 (профессиональные компетенции)	владение навыками количественного и качественного анализа информации при принятии управленческих решений, построения экономических, финансовых и организационно-управленческих моделей путем их адаптации к конкретным задачам управления

В результате освоения дисциплины студент:

1. должен знать:

- составляющие рынка информационно-коммуникационных технологий;
- методы проведения анализа рынка информационно-коммуникационных технологий;
- основные подходы к ценообразованию на рынке информационных продуктов;
- методы оценки эффективности инвестиций в информационные технологии.

2. должен уметь:

- применять методики сбора, обработки и представления информации о том или ином сегменте рынка информационно-коммуникационных технологий;
- анализировать варианты вывода или продвижения продукции на рынке информационно-коммуникационных технологий.

3. должен владеть:

- методиками сбора, обработки и представления информации о том или ином сегменте рынка информационно-коммуникационных технологий

4. должен демонстрировать способность и готовность:

- применять полученные теоретические знания на практике.

4. Структура и содержание дисциплины/ модуля

Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетных(ые) единиц(ы) 72 часа(ов).

Форма промежуточного контроля дисциплины зачет в 7 семестре.

Суммарно по дисциплине можно получить 100 баллов, из них текущая работа оценивается в 50 баллов, итоговая форма контроля - в 50 баллов. Минимальное количество для допуска к зачету 28 баллов.

86 баллов и более - "отлично" (отл.);

71-85 баллов - "хорошо" (хор.);

55-70 баллов - "удовлетворительно" (удов.);

54 балла и менее - "неудовлетворительно" (неуд.).

4.1 Структура и содержание аудиторной работы по дисциплине/ модулю

Тематический план дисциплины/модуля

N	Раздел Дисциплины/ Модуля	Семестр	Неделя семестра	Виды и часы аудиторной работы, их трудоемкость (в часах)			Текущие формы контроля
				Лекции	Практические занятия	Лабораторные работы	
1.	Тема 1. Экономическая информация как часть информационного ресурса общества	7	1-2	2	2	0	Устный опрос
2.	Тема 2. Этапы развития отечественного рынка ИКТ	7	5-6	4	4	0	Устный опрос
3.	Тема 3. Методы исследования рынка ИКТ	7	7-8	2	2	0	Устный опрос
4.	Тема 4. Оценка эффективности инвестиций в информационные технологии	7	11-12	2	2	0	Контрольная работа
5.	Тема 5. Ценообразование на рынке ИКТ	7	13-14	4	4	0	Устный опрос
6.	Тема 6. Информационная система как продукт на рынке	7	15-18	4	4	0	Письменное домашнее задание
	Тема . Итоговая форма контроля	7		0	0	0	Зачет

N	Раздел Дисциплины/ Модуля	Семестр	Неделя семестра	Виды и часы аудиторной работы, их трудоемкость (в часах)			Текущие формы контроля
				Лекции	Практические занятия	Лабораторные работы	
Итого				18	18	0	

4.2 Содержание дисциплины

Тема 1. Экономическая информация как часть информационного ресурса общества

лекционное занятие (2 часа(ов)):

Информация. Информационный контур компании. Понятие информационной системы. Экономическая информация.

практическое занятие (2 часа(ов)):

Понятие информационного ресурса предприятия. Управление информационным ресурсом. Информатизация и информационные технологии.

Тема 2. Этапы развития отечественного рынка ИКТ

лекционное занятие (4 часа(ов)):

Структура отрасли ИКТ. Этапы развития отечественного рынка ИКТ. Влияние ИКТ на деятельность компании.

практическое занятие (4 часа(ов)):

Влияние ИКТ на деятельность компании. Преимущества внедрения информационных систем в деятельность компании. Риски при внедрении информационных технологий.

Тема 3. Методы исследования рынка ИКТ

лекционное занятие (2 часа(ов)):

Метод построения сценариев. Метод мозгового штурма Метод Дельфи. Метод критических технологий. Метод сканирования среды. Метод технологических дорожных карт. Метод имитационного моделирования. Многофакторный анализ. Анализ взаимовлияния факторов. Метод Форсайт. Треугольник и ромб метода Форсайт.

практическое занятие (2 часа(ов)):

Методика исследования отечественного рынка ИКТ. Основные результаты исследования отечественного рынка ИКТ.

Тема 4. Оценка эффективности инвестиций в информационные технологии

лекционное занятие (2 часа(ов)):

Этапы оценки эффективности инвестиций в информационные технологии. Формирование команды экспертов. Анализ бизнес-процессов компании. Применение метода совокупной стоимости владения. Анализ рисков

практическое занятие (2 часа(ов)):

Сравнительная оценка эффективности проектов.

Тема 5. Ценообразование на рынке ИКТ

лекционное занятие (4 часа(ов)):

Ценообразование в системе маркетинга. Факторы, влияющие на размер цены. Определение базисных цен.

практическое занятие (4 часа(ов)):

Сравнительная оценка эффективности проектов. Решение задач на оценку эффективности вложения инвестиций в информационные технологии.

Тема 6. Информационная система как продукт на рынке

лекционное занятие (4 часа(ов)):

Особенности информационной системы как продукта на рынке. Основные подходы к ценообразованию. Методы ценообразования на рынке ИКТ: на основе издержек, скользящая вниз цена на продукцию.

практическое занятие (4 часа(ов)):

Методы ценообразования на рынке ИКТ: долговременная цена, цена потребительского сегмента рынка. Методы ценообразования на рынке ИКТ: эластичная цена, цена устанавливаемая ниже рыночных цен. Методы ценообразования на рынке ИКТ: на основе потребительской ценности, пакетное ценообразование. Решение задач.

4.3 Структура и содержание самостоятельной работы дисциплины (модуля)

N	Раздел Дисциплины	Семестр	Неделя семестра	Виды самостоятельной работы студентов	Трудоемкость (в часах)	Формы контроля самостоятельной работы
1.	Тема 1. Экономическая информация как часть информационного ресурса общества	7	1-2	подготовка к устному опросу	4	устный опрос
2.	Тема 2. Этапы развития отечественного рынка ИКТ	7	5-6	подготовка к устному опросу	8	устный опрос
3.	Тема 3. Методы исследования рынка ИКТ	7	7-8	подготовка к устному опросу	4	устный опрос
4.	Тема 4. Оценка эффективности инвестиций в информационные технологии	7	11-12	подготовка к контрольной работе	8	контрольная работа
5.	Тема 5. Ценообразование на рынке ИКТ	7	13-14	подготовка к устному опросу	4	устный опрос
6.	Тема 6. Информационная система как продукт на рынке	7	15-18	подготовка домашнего задания	8	письменное домашнее задание
	Итого				36	

5. Образовательные технологии, включая интерактивные формы обучения

В соответствии с требованиями ФГОС удельный вес занятий, проводимых в активных и интерактивных формах, составляет не менее 40% аудиторных занятий. Так, в процессе изучения данной дисциплины студенты разбирают практические ситуации, решают предлагаемые кейсы.

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

Тема 1. Экономическая информация как часть информационного ресурса общества
устный опрос , примерные вопросы:

Информация. Информационный контур компании. Понятие информационной системы. Экономическая информация. Управление информационным ресурсом. Информатизация и информационные технологии.

Тема 2. Этапы развития отечественного рынка ИКТ

устный опрос , примерные вопросы:

Структура отрасли ИКТ. Этапы развития отечественного рынка ИКТ. Влияние ИКТ на деятельность компании.

Тема 3. Методы исследования рынка ИКТ

устный опрос , примерные вопросы:

Метод построения сценариев. Метод мозгового штурма Метод Дельфи. Метод критических технологий. Метод сканирования среды. Метод технологических дорожных карт. Метод имитационного моделирования. Многофакторный анализ. Анализ взаимовлияния факторов. Метод Форсайт. Треугольник и ромб метода Форсайт.

Тема 4. Оценка эффективности инвестиций в информационные технологии

контрольная работа , примерные вопросы:

Разработан IT-проект, срок реализации ? 4 года. Инвестиции в начальный момент времени составляют 2 млн. рублей, за первый год ? 1 млн. руб. Цена за единицу продукции ? 25 тысяч рублей. Текущие затраты по годам составляют: за первый год 150 тыс. рублей; за второй год 250 тыс. рублей; за третий год 300 тыс. рублей; за четвертый год 300 тыс. рублей; Норма дисконта составляет 0,1. Необходимо определить: минимальный уровень объема продаж по годам, при котором проект будет оставаться эффективным.

Тема 5. Ценообразование на рынке ИКТ

устный опрос , примерные вопросы:

Этапы оценки эффективности инвестиций в информационные технологии. Формирование команды экспертов. Анализ бизнес-процессов компании. Применение метода совокупной стоимости владения. Анализ рисков. Сравнительная оценка эффективности проектов.

Тема 6. Информационная система как продукт на рынке

письменное домашнее задание , примерные вопросы:

каждый студент выполняет индивидуальное задание, связанное с определением функциональных возможностей конкретной информационной системы, ее преимуществ и недостатков, возможностей для развития.

Тема . Итоговая форма контроля

Примерные вопросы к зачету:

1. Понятие экономической информации.
2. Классификация экономической информации.
3. Информатизация и информационные технологии.
4. Этапы развития отечественного рынка ИКТ.
5. Структура отрасли ИКТ.
6. Влияние ИКТ на деятельность компаний.
7. Методы исследования рынка ИКТ с высокой частотой использования (метод построения сценариев, метод мозгового штурма).
8. Методы исследования рынка ИКТ со средней частотой использования (метод Дельфи, сканирование среды).
9. Методы исследования рынка ИКТ со средней частотой использования (метод критических исследований, SWOT -анализ).
10. Методы исследования рынка ИКТ с низкой частотой использования (технологические дорожные карты).
11. Методы исследования рынка ИКТ с низкой частотой использования (имитационное моделирование, анализ взаимовлияния факторов, многофакторный анализ).
12. Показатели для оценки эффективности инвестиций в ИТ.
13. Подходы к оценке эффективности инвестиций в ИТ: оценка совокупной стоимости владения.
14. Подходы к оценке эффективности инвестиций в ИТ: оценка возврата инвестиций.

15. Подходы к оценке эффективности инвестиций в ИТ: отдача активов.
16. Подходы к оценке эффективности инвестиций в ИТ: цена акционера.
17. Подходы к оценке эффективности инвестиций в ИТ: оценка единовременных затрат.
18. Оценка эффективности инвестиций в информационные технологии (формирование команды экспертов).
19. Оценка эффективности инвестиций в информационные технологии (анализ бизнес-процессов, определения решения).
20. Оценка эффективности инвестиций в информационные технологии (определение стоимости выбранных технических решений).
21. Оценка эффективности инвестиций в информационные технологии (анализ возможных рисков, сравнительная оценка эффективности проектов).
22. Особенности информационной системы как продукта на рынке.
23. Методы ценообразования на рынке ИКТ: на основе издержек, скользящая вниз цена на продукцию.
24. Методы ценообразования на рынке ИКТ: долговременная цена, цена потребительского сегмента рынка.
25. Методы ценообразования на рынке ИКТ: эластичная цена, цена устанавливаемая ниже рыночных цен.
26. Методы ценообразования на рынке ИКТ: на основе потребительской ценности, пакетное ценообразование.

7.1. Основная литература:

1. Маркетинг: Учебное пособие / Б.И. Герасимов, В.В. Жариков, М.В. Жарикова. - М.: Форум, 2009. - 320 с. // <http://www.znanium.com/bookread.php?book=146687>
2. Управление проектами: учебное пособие / А.М. Афонин, Ю.Н. Царегородцев, С.А. Петрова. - М.: Форум, 2009. - 184 с. // <http://www.znanium.com/bookread.php?book=172350>
3. Туккель, И. Л. Управление инновационными проектами: учебник / И. Л. Туккель, А. В. Сурина, Н. Б. Культин / Под ред. И. Л. Туккеля. ? СПб.: БХВ-Петербург, 2011. ? 397 с. // <http://www.znanium.com/bookread.php?book=350827>
4. Информационные технологии управления проектами: Учебное пособие / Н.М. Светлов, Г.Н. Светлова. - 2-е изд., перераб. и доп. - М.: ИНФРА-М, 2011. - 232 с. // <http://www.znanium.com/bookread.php?book=208539>
5. Анализ и финансирование инновационных проектов: Учебное пособие / В.К. Проскурин; Под ред. И.Я. Лукасевича. - М.: Вузовский учебник: ИНФРА-М, 2011. - 112 с. // <http://www.znanium.com/bookread.php?book=228579>
6. Принятие управленческих решений. Теория и практика: Учебное пособие / А.Т. Зуб. - М.: ИД ФОРУМ: ИНФРА-М, 2010. - 400 с. // <http://www.znanium.com/bookread.php?book=93775>

7.2. Дополнительная литература:

1. Малое предпринимательство: организация, экономика, управление: Учеб. пособие / Под ред. А.Д. Шеремета. - М.: ИНФРА-М, 2009. - 480 с. // <http://www.znanium.com/bookread.php?book=155577>
2. Управление проектами в машиностроении: Учеб. пособие / Ю.С. Перевощиков. - М.: ИНФРА-М, 2010. - 233 с. // <http://www.znanium.com/bookread.php?book=180249>
3. Методология управления проектами: становление, современное состояние и развитие / О.Н. Ильина. - М.: Вузовский учебник: ИНФРА-М, 2011. - 208 с. // <http://www.znanium.com/bookread.php?book=250582>
4. Куперштейн В. И. Microsoft? Project 2010 в управлении проектами. / Под общей ред. А. В. Цветкова. ? СПб.: БХВ-Петербург, 2011. ? 416 с. // <http://www.znanium.com/bookread.php?book=351268>

7.3. Интернет-ресурсы:

Библиофонд - <http://www.bibliofond.ru/>

Бизнес-портал - aur.ru

Госкомстат - gks.ru

РОЦИТ - www.rocit.ru/

Секрет фирмы - kommersant.ru/sf/

8. Материально-техническое обеспечение дисциплины(модуля)

Освоение дисциплины "Аналитика в исследовании рынка информационно-коммуникационных технологий" предполагает использование следующего материально-технического обеспечения:

Мультимедийная аудитория, вместимостью более 60 человек. Мультимедийная аудитория состоит из интегрированных инженерных систем с единой системой управления, оснащенная современными средствами воспроизведения и визуализации любой видео и аудио информации, получения и передачи электронных документов. Типовая комплектация мультимедийной аудитории состоит из: мультимедийного проектора, автоматизированного проекционного экрана, акустической системы, а также интерактивной трибуны преподавателя, включающей тач-скрин монитор с диагональю не менее 22 дюймов, персональный компьютер (с техническими характеристиками не ниже Intel Core i3-2100, DDR3 4096Mb, 500Gb), конференц-микрофон, беспроводной микрофон, блок управления оборудованием, интерфейсы подключения: USB, audio, HDMI. Интерактивная трибуна преподавателя является ключевым элементом управления, объединяющим все устройства в единую систему, и служит полноценным рабочим местом преподавателя. Преподаватель имеет возможность легко управлять всей системой, не отходя от трибуны, что позволяет проводить лекции, практические занятия, презентации, вебинары, конференции и другие виды аудиторной нагрузки обучающихся в удобной и доступной для них форме с применением современных интерактивных средств обучения, в том числе с использованием в процессе обучения всех корпоративных ресурсов. Мультимедийная аудитория также оснащена широкополосным доступом в сеть интернет. Компьютерное оборудование имеет соответствующее лицензионное программное обеспечение.

Компьютерный класс, представляющий собой рабочее место преподавателя и не менее 15 рабочих мест студентов, включающих компьютерный стол, стул, персональный компьютер, лицензионное программное обеспечение. Каждый компьютер имеет широкополосный доступ в сеть Интернет. Все компьютеры подключены к корпоративной компьютерной сети КФУ и находятся в едином домене.

Проекторное оборудование, используемое для проведения презентаций.

Программа составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВПО и учебным планом по направлению 38.03.02 "Менеджмент" и профилю подготовки Бизнес-аналитика в управленческой деятельности .

Автор(ы):

Лукишина Л.В. _____

"__" _____ 201__ г.

Рецензент(ы):

Садриев А.Р. _____

"__" _____ 201__ г.