

Документ подписан простой электронной подписью  
Информация о владельце:  
ФИО: Андрей Драгомирович Хлутков  
Должность: директор  
Дата подписания: 28.10.2022 15:32:30  
Уникальный программный ключ:  
880f7c07c583b07b775f6604a630281b13ca9fd2

Приложение 7 ОП ВО

**Федеральное государственное бюджетное образовательное  
учреждение высшего образования  
«РОССИЙСКАЯ АКАДЕМИЯ НАРОДНОГО ХОЗЯЙСТВА  
И ГОСУДАРСТВЕННОЙ СЛУЖБЫ  
ПРИ ПРЕЗИДЕНТЕ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ»**

**Северо-западный институт управления – филиал РАНХиГС**

Кафедра бизнес-информатики

---

УТВЕРЖДЕНО  
Директор СЗИУ РАНХиГС  
А.Д.Хлутков

**ПРОГРАММА БАКАЛАВРИАТА  
«Бизнес-аналитика»**

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ  
реализуемой без применения электронного (онлайн) курса**

Б1.В.13 Менеджмент ИТ-продуктов и услуг

ИТ в современной экономике  
*(краткое наименование дисциплины)*

38.03.05 Бизнес-информатика  
*(код, наименование направления подготовки)*

**очная**  
*(форма обучения)*

Год набора – 2022

Санкт-Петербург, 2022 г.

**Автор-составитель:**

Кандидат экономических наук, доцент, доцент факультета экономики и финансов  
Васильева Татьяна Владимировна

**Заведующий кафедрой бизнес-информатика**

д.в.н., профессор

Наумов Владимир Николаевич

В новой редакции РПД одобрена протоколом заседания кафедры бизнес-  
информатики № 9 от 04.07.2022 г.

## СОДЕРЖАНИЕ

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы	4
2. Объем и место дисциплины в структуре образовательной программы	6
3. Содержание и структура дисциплины	7
4. Материалы текущего контроля успеваемости обучающихся и фонд оценочных средств промежуточной аттестации по дисциплине	8
5. Оценочные материалы промежуточной аттестации	
6. Методические материалы по освоению дисциплины	
7. Учебная литература и ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся по дисциплине	22
7.1. Основная литература	22
7.2. Дополнительная литература	22
7.3. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы	23
7.4. Нормативные правовые документы	23
7.5. Интернет-ресурсы	23
7.6. Иные источники	23
8. Материально-техническая база, информационные технологии, программное обеспечение и информационные справочные системы	24

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

1.1. Дисциплина «Менеджмент ИТ-продуктов и услуг» обеспечивает овладение следующими компетенциями:

Код компетенции	Наименование компетенции	Код Компонента компетенции	Наименование компонента компетенции
ПКС-2.1	Способен управлять линейкой продуктов и группой их менеджеров, анализировать результаты технологических исследований, разрабатывать бизнес-планы развития серии продуктов	ПКС-2.1	Демонстрирует умение управлять линейкой продуктов с использованием ИС и информационно-коммуникационных технологий
		ПКС-2.2	Демонстрирует умение анализировать результаты технологических исследований, разрабатывать бизнес-планы развития серии продуктов

1.2. В результате освоения дисциплины у студентов должны быть сформированы

ОТФ/ТФ (при наличии профстандарта)/ профессиональные действия	Код компонента компетенции	Результаты обучения
Демонстрирует умение управлять линейкой продуктов с использованием ИС и информационно-коммуникационных технологий	ПК-2.1	<p><i>на уровне знаний:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- этапы составления портретов потребителя продукта;</li> <li>- механизм составления реестров отличительных свойств конкурирующих продуктов;</li> <li>- этапы анализа отзывов потребителей о продукте и его конкурентах;</li> <li>- этапы разработки функциональных требований к продукту</li> <li>- механизм создания макетов интерфейса продукта.</li> </ul> <p><i>на уровне умений:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- создавать коммерческие тексты;</li> <li>- разрабатывать требования;</li> <li>- расставлять приоритеты в области требований;</li> <li>- проводить интервью потребителей продукта;</li> <li>- обрабатывать количественные данные продуктовых исследований;</li> <li>- алгоритмизировать деятельность.</li> </ul> <p><i>на уровне навыков:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- управление проектами малой и средней сложности</li> <li>- разработка маркетинговых планов;</li> <li>- управление маркетинговыми проектами ИТ-продуктов и услуг;</li> <li>- продажа ИТ-продуктов и услуг;</li> <li>- планирование и управление программами проектов</li> </ul>
	ПК-2.2	

## 2. Объем и место дисциплины в структуре ОП ВО

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетные единицы, 144 академических часов.

Дисциплина реализуется частично с применением дистанционных образовательных технологий (далее – ДОТ).

Доступ к системе дистанционных образовательных технологий осуществляется каждым обучающимся самостоятельно с любого устройства на портале: <https://lms.ranepa.ru/>. Пароль и логин к личному кабинету / профилю предоставляется студенту в деканате.

Вид работы	Трудоемкость в акад. часах ауд./ЭО, ДОТ	Трудоемкость в астрон. часах ауд./ЭО, ДОТ
<b>Общая трудоемкость</b>	144	108
<b>Контактная работа с преподавателем</b>	66	49,5
Лекции	28	21
Практические занятия	38	28,5
Лабораторные занятия	-	
Практическая подготовка		
<b>Самостоятельная работа</b>	49	36,75
<b>Контроль</b>	27	20,25
Формы текущего контроля	тестирование, опрос, контрольная работа, работа по индивидуальному проекту	
<b>Форма промежуточной аттестации</b>	<b>Экзамен</b>	

### Место дисциплины в структуре ОП ВО

Учебная дисциплина Б1.В.13 «Менеджмент ИТ-продуктов и услуг» ( 6 семестр очной формы обучения) относится к вариативной части дисциплин по выбору направления подготовки специалистов 38.03.05 «Бизнес-информатика».

«Входными» для ее освоения являются знания, умения и навыки, полученные обучающимися в процессе изучения таких дисциплин как «Вычислительные системы, сети, телекоммуникации» (Б1.В.10, 3 семестр), «Эконометрика» (Б.1.О.08.06, 5 семестр), «Информационная безопасность» (Б.1.В.06, 6 семестр) и др.

Изучение дисциплины в 6 семестре происходит одновременно с изучением таких дисциплин как «Проектирование информационных систем» (Б.1.В.08, 7 семестр), «Рынки ИКТ и организация продаж» (Б1.В.05, 7 семестр), что обеспечивает успешное освоение компетенции владения основами профессиональной речи.

Знания, умения и навыки, полученные при изучении дисциплины, используются студентами при выполнении выпускных квалификационных работ, а также в дальнейшей практической профессиональной деятельности.

Формой промежуточной аттестации в соответствии с учебным планом является экзамен.

Объем ЭК (в составе дисциплины): количество академических часов, выделенных на самостоятельную работу обучающихся: всего по ЭК - 114 а.ч., из них : 114 - количество академических часов, выделенных на практикоориентированные задания и текущий контроль успеваемости : всего по ЭК – 114 а.ч. Количество академических часов, выделенных на самостоятельную работу обучающихся в рамках ЭК - 114 а.ч.

## 3. Содержание и структура дисциплины

## Учебно-тематический план

№ п/п	Наименование тем (разделов),	Всего	Объем дисциплины (модуля), час.				СР (ЭК)		Форма текущего контроля успеваемости* *, промежуточно й аттестации***
			Контактная работа обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий				ССР О	СП	
			Л *	ЛР	ПЗ	КСР			
Тема 1	Менеджмент продуктовой линейки электронного предприятия: применение ИС и ИКТ в системе управления	11	4	-	4		2	1	Т
Тема 2	Анализ результатов технологических исследований в мире и в России на основе применения современных ИКТ	11	4	-	4		2	1	О
Тема .3	Система создания ценности услуг ИТЛ	13	4	-	6		2	1	К
Тема 4	Валидация и верификация требований к системе	18	4	-	4		8	2	Т
Тема 5	Модели удовлетворенности потребителя ИТ-продуктами и услугами	22	4	-	8		8	2	О
Тема 6	Анализ конкуренции на рынке ИТ-продуктов и услуг	18	4		4		8	2	Т
Тема 7	Разработка бизнес-плана развития информационного продукта на рынке ИТ-продуктов и услуг	22	4		8		8	2	Т/ЗИП
Промежуточная аттестация		27				2			Экзамен
Всего (акад./астр. часы):		144/108	28/21	-	38/ 28,5	2/1,5	38/28, 5	11/8, 25	

*Примечание:*

Консультация к экзамену – 2 часа

Используемые сокращения:

Л – занятия лекционного типа (лекции и иные учебные занятия, предусматривающие преимущественную передачу учебной информации педагогическими работниками организации и (или) лицами, привлекаемыми организацией к реализации образовательных программ на иных условиях, обучающимся) ;

ПЗ – практические занятия (виды занятия семинарского типа за исключением лабораторных работ) ;

КСР – индивидуальная работа обучающихся с педагогическими работниками организации и (или) лицами, привлекаемыми организацией к реализации образовательных программ на иных условиях (в том числе индивидуальные консультации) ;

СР – самостоятельная работа, осуществляемая без участия педагогических работников организации и (или) лиц, привлекаемых организацией к реализации образовательных программ на иных условиях;

СП – самопроверка;

СРО – самостоятельная работа обучающегося

О – устный опрос

ЗИП – защита индивидуальных проектов

К – контрольная работа

Т – тестирование

## *Содержание дисциплины*

### **1. Менеджмент продуктовой линейки электронного предприятия: применение ИС и ИКТ в системе управления**

Сущность экосистемы электронного предприятия. Система управления электронным предприятием. Специфические особенности электронного предприятия в России. Роль ИС и ИКТ в управлении электронным предприятием на современном этапе развития мировых информационных технологий. Продуктовая линейка: сущность, формы и виды. Управление системой продуктовой линейки: субъекты, объекты, инфраструктура.

### **2. Анализ результатов технологических исследований в мире и в России на основе применения современных ИКТ**

Облачные вычисления. Управление изменениями. Управление IT-инфраструктурой. Искусственный интеллект как инструмент управления электронным предприятием.

### **3. Система создания ценности услуг ITIL.**

Ценность информационного продукта. Принципы ITIL. Модель четырех измерений. Практики управления услугами и технологиями ITIL. Метод и роль ITIL в цифровой трансформации общества

### **4. Валидация и верификация требований к системе**

Сущность терминов «валидация» и «верификация». Проверка требований: условия, возможности. Стандарт IEEE 1012-1986. Стандарт ISO 9000:2000. Процесс валидации. Методы верификации и валидации. Примеры.

### **5. Модели удовлетворенности потребителя ИТ-продуктами и услугами**

Модель Канона. Критерии классификации требований потребителей. Индекс удовлетворенности потребителя. Восприятие, ожидание и лояльность клиента как результат удовлетворенности

### **6. Анализ конкуренции на рынке ИТ-продуктов и услуг**

Рынок ИТ-компаний: мировые и российские особенности. Интернет-компании как электронные предприятия современной экономики. Особенности функционирования интернет-компаний. Факторы, оказывающие влияние на функционирование интернет-компаний. Принципы организации предпринимательской деятельности на рынке ИТ-продуктов и услуг. Основы организации интернет-магазина на рынке ИТ-продуктов и услуг. Основные характеристики этапов разработки и внедрения веб-сайта интернет-компаний на рынке ИТ-продуктов и услуг.

### **7. Разработка бизнес-плана развития информационного продукта на рынке ИТ-продуктов и услуг**

Общая характеристика этапов оценки эффективности электронного предприятия на рынке ИТ-продуктов и услуг. Ассоциативный ряд поисковых запросов: сущность, этапы построения. Семантическое ядро веб-сайта интернет-компаний на рынке ИТ-продуктов и услуг. Основные показатели оценки эффективности функционирования интернет-компаний.

#### 4. Материалы текущего контроля успеваемости обучающихся

##### *Формы и методы текущего контроля успеваемости*

В ходе реализации дисциплины Б1.В.13 «Менеджмент ИТ-продуктов и услуг» используются следующие методы текущего контроля успеваемости обучающихся.

Таблица 4.1

Тема (раздел)	Формы (методы) текущего контроля успеваемости
Тема 1. Менеджмент продуктовой линейки электронного предприятия: применение ИС и ИКТ в системе управления	Тестирование
Тема 2. Анализ результатов технологических исследований в мире и в России на основе применения современных ИКТ	Опрос
Тема 3. Система создания ценности услуг ИТIL	Контрольная работа
Тема 4. Валидация и верификация требований к системе	Тестирование
Тема 5. Модели удовлетворенности потребителя ИТ-продуктами и услугами	Опрос
Тема 6. Анализ конкуренции на рынке ИТ-продуктов и услуг	Тестирование
Тема 7. Разработка бизнес-плана развития информационного продукта на рынке ИТ-продуктов и услуг	Тестирование, ЗИП*

\* Задание по индивидуальному проекту

##### *Материалы текущего контроля успеваемости*

#### Типовые оценочные материалы по теме 1

##### *Тест*

- Укажите, для какого вида инноваций характерно следующее определение: внешние изменения продуктов или процессов, не приводящие к изменению их потребительских характеристик
  - Псевдоинновации
  - Продуктовые инновации
  - Продуктовые инновации
  - Сервисные инновации
- Из предложенного списка выберите объекты некоммерческого трансфера технологий:
  - обучение и стажировка ученых и специалистов на безвозмездной основе или на условиях паритетного возмещения расходов
  - ноу–хау и технический опыт в виде технико–экономических обоснований, моделей, образцов, инструкций, чертежей, сертификации, технологической оснастки и инструмента, консультационных услуг, подготовки кадров
  - объекты промышленной собственности (патенты, свидетельства на промышленные образцы и полезные модели)
  - свободная научно–техническая информация (справочники, обзоры, описания патентов, каталоги, проспекты и др.)
  - международные конференции, симпозиумы, выставки
- Какие из перечисленных ниже форм занятий можно отнести к дистанционному обучению:
  - чтение лекции в аудитории с одновременной демонстрацией иллюстративного материала по сети для удаленных слушателей



2. выполнение домашних заданий с использованием материалов, представленных на различных сайтах в сети Интернет.
  3. проведение занятий с использованием специализированного обучающего веб-сайта;
4. Производственные фирмы, первыми освоившие новшество, используя интеллектуальный продукт новаторов. Они стремятся к получению сверхприбыли путем скорейшего продвижения инновации на рынок.
1. Отстающие фирмы-имитаторы
  2. Фирмы-новаторы
  3. Фирмы-пионеры
  4. Раннее большинство фирм-имитаторов
5. Укажите, какой вид инноваций осуществляет предприятие, выпускающее компьютеры и разрабатывающее для них улучшенное программное обеспечение, которым снабжает потребителей этих компьютеров.
1. Сервисные инновации
  2. Системные инновации
  3. Процессные инновации
  4. Продуктовые инновации
6. Они выступают генераторами научно-технических знаний. Это могут быть индивидуальные изобретатели, научные и исследовательские организации, малые научные предприятия. Они заинтересованы в получении дохода от продажи разработанного ими интеллектуального продукта, который со временем может стать инновацией.
1. Новаторы
  2. Лидеры
  3. Имитаторы
  4. Пионеры
7. Укажите отрасли, определенные в «Концепции долгосрочного социально-экономического развития Российской Федерации на период до 2020 года» в качестве локомотивов инновационного развития российской экономики. Были выделены шесть приоритетных отраслей экономики России.
1. Информационно-коммуникационные технологии
  2. Развитие транспортных узлов
  3. Развитие компьютеризации и информатизации
  4. атомный энергопромышленный комплекс
  5. авиационная промышленность и двигателестроение
  6. ракетно-космическая промышленность
  7. судостроительная промышленность
  8. радиоэлектронная промышленность
8. Укажите, к какому виду инноваций относятся разработанные предприятием оборудование и инструмент, применяющиеся при производстве товарной продукции внутри предприятия и не выходящие за его пределы.
1. Системные инновации
  2. Сервисные инновации
  3. Продуктовые инновации
  4. Процессные инновации
9. Укажите важнейшие свойства информационной инновации:
1. является новым видом ресурса

2. является неисчерпаемой, в то время как другие ресурсы ограничены
3. является первичной по отношению к другим инновациям, так как в основе всего лежит информация
4. является быстро устаревающей

10. После какого процесса новшества и изобретения становятся инновациями. Варианты ответа:

1. Растворения
2. Вливания
3. Поглощения
4. Коммерциализации

Ключи:

1-1

2-1,4,5

3-1,3

4-3

5-1

6-1

7-1,4,5,6,7,8

8-3

9-2,3

10-4

## Типовые оценочные материалы по теме 2

### Вопросы

1. История и перспективы развития мирового рынка информационно-коммуникационных технологий.
2. Участники мирового рынка информационно-коммуникационных технологий.
3. История и перспективы развития российского рынка информационно-коммуникационных технологий.
5. Участники российского рынка информационно-коммуникационных технологий.
6. Перспективы развития сегментов рынка информационно-коммуникационных технологий.

## Типовые оценочные материалы по теме 3

### Вариант 1. Ассоциативные ряды

#### Пример задания

Составьте ассоциативный ряд поисковых запросов для веб-сайта, занимающегося продажей сотовых телефонов в Санкт-Петербурге. У магазина есть оффлайн-магазин, расположенный по адресу пр. Московский 44.

Ключевое слово/тематика сайта	Rate 1	Rate 2

### Вариант 2. Индексы цитирования

#### Пример задания

Укажите значения индексов цитирования для следующих интернет-ресурсов

Интернет-ресурс	ТИЦ	PR
<a href="http://www.grand-toys.ru/">http://www.grand-toys.ru/</a>		
<a href="http://игрушки.рф">http://игрушки.рф</a>		
<a href="http://www.agava.ru">www.agava.ru</a>		

## Типовые оценочные материалы по теме 4

### Тест

1. Что такое виртуальная доска объявлений:
  - а) вариант электронной торговли
  - б) форма хостинга
  - в) оба варианта верны
  
2. Одно из преимуществ электронной коммерции для организаций:
  - а) большой выбор товаров и услуг
  - б) сокращение издержек
  - в) более дешевые продукты и услуги
  
3. Что такое баннер:
  - а) рекламный заголовок
  - б) оба варианта верны
  - в) небольшая прямоугольная картинка, на которой размещена реклама продукта

г) нет верного ответа

4. Одно из преимуществ электронной коммерции для потребителей:

- а) сокращение издержек
- б) большой выбор товаров и услуг
- в) глобальный масштаб

5. Как называется распространение товаров и услуг по средствам сети Интернет:

- а) коррупция
- б) хостинг
- в) электронная коммерция

6. Одно из преимуществ электронной коммерции для потребителей:

- а) сокращение издержек
- б) более дешевые продукты и услуги
- в) глобальный масштаб

7. В последнее время для расчёта через Интернет стали использовать:

- а) цифровые деньги
- б) кредитные карты
- в) специальные чеки

8. К электронной коммерции не относятся:

- а) социальные сети
- б) обычные аукционы
- в) доска объявлений (виртуальная)

9. К электронной коммерции не относятся:

- а) интернет-аукционы
- б) социальные сети
- в) электронная почта

10. К электронной коммерции не относятся:

- а) электронная почта
- б) интернет-магазины
- в) обычные магазины

Ключи:

<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	<b>6</b>	<b>7</b>	<b>8</b>	<b>9</b>	<b>10</b>
а	б	в	б	в	б	а	в	а	б

### Типовые оценочные материалы по теме 5

Вопросы:

Перспективы развития электронного бизнеса в России.

Этапы развития электронного бизнеса в России.

Проблемы электронной коммерции при вступлении России в ВТО.

Анализ наиболее перспективных направлений в России и за рубежом.

Проблемные вопросы электронной коммерции в мировом законодательстве.

### Типовые оценочные материалы по теме 6

Тест

1. Почему бизнес в Интернете является более выгодным для компаний:
  - а) компаниям не нужно арендовать помещение – экономия затрат
  - б) люди намного чаще используют Интернет для покупок
  - в) интернет позволяет не платить налоги
  
2. Спам:
  - а) незаконная реклама
  - б) незапрашиваемая информация, которая рассылается в массовом порядке по электронной почте
  - в) самая эффективная реклама
  
3. Что такое код протекции:
  - а) число покупателей в интернет-магазине
  - б) пароль для входа в интернет-магазин
  - в) число, которое должен ввести покупатель, для совершения покупки в интернет-магазине
  
4. Хостинг-это услуга по предоставлению ресурсов для размещения информации на сервере, постоянно имеющем доступ к сети, так ли это:
  - а) да
  - б) нет
  - в) отчасти
  
5. Что такое интернет-магазин:
  - а) поисковая система
  - б) название интернет-компании
  - в) специальный сайт для продажи товаров и услуг
  
6. К электронной коммерции относится:
  - а) любые сайты
  - б) реклама
  - в) электронная почта
  
7. Каким способом в большинстве случаев нельзя осуществить оплату через интернет-магазин:
  - а) наличными при получении
  - б) почтовым переводом
  - в) биткоинами
  
8. К электронной коммерции относится:
  - а) хостинг
  - б) электронная почта
  - в) социальные сети
  
9. Какое программное обеспечение может быть использовано для управления интернет-магазином:
  - а) Microsoft Excel
  - б) Apache
  - в) 1С-Бирикс
  
10. К электронной коммерции относится:
  - а) любые сайты

- б) доска объявлений (виртуальная)
- в) социальные сети

Ключи:

<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	<b>6</b>	<b>7</b>	<b>8</b>	<b>9</b>	<b>10</b>
а	б	в	а	в	б	в	а	в	б

### Типовые оценочные материалы по теме 7

1. Когда электронная коммерция получила свое развитие:
  - а) в начале XX века
  - б) в начале XXI века
  - в) в середине XIX века
  
2. Электронная коммерция – это:
  - а) автоматизация логических процессов
  - б) сфера экономики, которая включает в себя все финансовые и торговые транзакции
  - в) деятельность, главная цель которой, получение прибыли
  
3. Что такое электронная коммерция:
  - а) покупка и продажа товаров и услуг через Интернет
  - б) только продажа электронных товаров через Интернет
  - в) перевод денег с одного электронного счета на другой
  
4. К электронной коммерции относят:
  - а) социальные сети
  - б) рекламу
  - в) электронные деньги
  
5. С названием какой компании связано начало развития электронной коммерции:
  - а) сеть ресторанов Pizza Hunt
  - б) производственно-торговая группа компаний IKEA
  - в) сеть ресторанов Mcdonald's
  
6. К электронной коммерции относят:
  - а) электронную почту
  - б) электронное движение капитала
  - в) спам
  
7. Какого способа доставки не существует при заказе в интернет-магазине:
  - а) курьерская доставка
  - б) почтовая доставка
  - в) отложенная доставка
  
8. К электронной коммерции относят:
  - а) социальные сети
  - б) электронную торговлю
  - в) электронную почту
  
9. Что электронная коммерция не включает в себя:
  - а) исследование рынка
  - б) поддержку покупателей после продажи

в) поиск помещения для продажи

10. Одно из преимуществ электронной коммерции для организаций:

- а) большой выбор товаров и услуг
- б) глобальный масштаб
- в) более дешевые продукты и услуги

Ключи:

<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	<b>6</b>	<b>7</b>	<b>8</b>	<b>9</b>	<b>10</b>
а	б	а	в	а	б	в	б	в	б

### **Примерные темы индивидуальных проектов**

Индивидуальные проекты разрабатываются на основе Tilda, CMS «Joomla», «WP». Задача заключается в создании веб-сайта по актуальным темам: СМИ, услуги и т.п. Тема индивидуального проекта согласуется и утверждается преподавателем.

### **5. Оценочные материалы промежуточной аттестации по дисциплине**

Промежуточная аттестация проводится в форме собеседования по вопросам.

Экзамен включает в себя проверку теоретических знаний в форме устного опроса и проверку практических навыков в письменной форме. Во время экзамена проверяется этап освоения компетенций ПКС-2.1 и ПКС-2.2.

Во время проверки сформированности компетенции ПКС-2.1. оцениваются:

- умение позиционировать электронное предприятие на глобальном рынке;
- умение формировать потребительскую аудиторию и осуществлять взаимодействие с потребителями;
- умение организовывать продажи в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет».
- Во время проверки сформированности этапа компетенции ПКС-2.2. оцениваются:
- умение проектировать архитектуру электронного предприятия;
- умение проводить маркетинговый анализ деятельности электронного предприятия;
- умение проводить оценку эффективности электронного бизнеса.

Преподаватель оценивает уровень подготовленности обучающихся к занятию по следующим показателям:

- устные ответы на вопросы преподавателя по теме занятия;
- проверки выполнения домашних заданий ;
- по результатам выполнения тестов

Критерии оценивания опроса:

- содержание и формулировки ответов на вопросы; полнота и адекватность ответов.

Детализация баллов и критерии оценки текущего контроля успеваемости утверждаются на заседании кафедры.

Промежуточная аттестация может проводиться устно в ДОТ/письменно с прокторингом/ тестирование с прокторингом. Для успешного освоения курса учащемуся рекомендуется ознакомиться с литературой, размещенной в разделе 6, и материалами, выложенными в ДОТ.

Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы. Показатели и критерии оценивания компетенций с учетом этапа их формирования Дисциплина «Менеджмент ИТ-продуктов и услуг» обеспечивает овладение следующими компетенциями:

Код компетенции	Наименование компетенции	Код этапа освоения компетенции	Наименование этапа освоения компетенции
ПКС-2.1	Способен управлять линейкой продуктов и группой их менеджеров, анализировать результаты технологических исследований, разрабатывать бизнес-планы развития серии продуктов	ПКС-2.1	Способен демонстрировать умение управлять линейкой продуктов с использованием ИС и информационно-коммуникационных технологий
		ПКС-2.2	Способен демонстрировать умение анализировать результаты технологических исследований, разрабатывать бизнес-планы развития серии продуктов

**Показатели и критерии оценивания компетенций с учетом этапа их формирования**

Таблица 4.3

Код компонента компетенции	Показатель оценивания	Критерий оценивания
ПКС-2.1	Демонстрирует умение управлять линейкой продуктов с использованием ИС и информационно-коммуникационных технологий	Демонстрирует знания сущности, форм и видов линейки продуктов Даны правильные ответы на поставленные вопросы или тесты
ПКС-2..2	Демонстрирует умение анализировать результаты технологических исследований, разрабатывать бизнес-планы развития серии продуктов	Демонстрирует знание этапов разработки бизнес-плана развития информационного продукта на рынке ИТ-продуктов и услуг Даны правильные ответы на поставленные вопросы или тесты



## Типовые оценочные материалы промежуточной аттестации

Вопросы к экзамену по дисциплине «Менеджмент ИТ-продуктов и услуг»

1. Сущность экосистемы электронного предприятия
2. Система управления электронным предприятием
3. Специфические особенности электронного предприятия в России
4. Роль ИС и ИКТ в управлении электронным предприятием на современном этапе развития мировых информационных технологий
5. Продуктовая линейка: сущность, формы и виды
6. Управление системой продуктовой линейки: субъекты, объекты, инфраструктура
7. Облачные вычисления
8. Управление изменениями
9. Управление ИТ-инфраструктурой
10. Искусственный интеллект как инструмент управления электронным предприятием
11. Ценность информационного продукта
12. Принципы ITIL
13. Модель четырех измерений. Практики управления услугами и технологиями ITIL
14. Место и роль ITIL в цифровой трансформации общества
15. Сущность терминов «валидация» и «варификация»
16. Проверка требований: условия, возможности
17. Стандарт IEEE 1012-1986. Стандарт ISO 9000:2000
18. Процесс валидации
19. Методы варификации и валидации. Примеры
20. Модель Кано. Критерии классификации требований потребителей
21. Модель Кано. Индекс удовлетворенности потребителя.
22. Модель Кано. Восприятие, ожидание и лояльность клиента как результат удовлетворенности
23. Рынок ИТ-компаний: мировые и российские особенности
24. Интернет-компании как электронные предприятия современной экономики
25. Особенности функционирования интернет-компаний
26. Факторы, оказывающие влияние на функционирование интернет-компаний
27. Принципы организации предпринимательской деятельности на рынке ИТ-продуктов и услуг
28. Основы организации интернет-магазина на рынке ИТ-продуктов и услуг
29. Основные характеристики этапов разработки и внедрения веб-сайта интернет-компаний на рынке ИТ-продуктов и услуг
30. Общая характеристика этапов оценки эффективности электронного предприятия на рынке ИТ-продуктов и услуг
31. Ассоциативный ряд поисковых запросов: сущность, этапы построения
32. Семантическое ядро веб-сайта интернет-компаний на рынке ИТ-продуктов и услуг
33. Основные показатели оценки эффективности функционирования интернет-компаний

### Описание системы оценивания

При оценивании используется балльно-рейтинговая система. Баллы выставляются за тестирование (максимум 40 баллов), выступления с результатами работы над индивидуальным проектом (максимум 15 баллов), выполнение контрольной работы (максимум 5 баллов), ответ на экзамене (максимум 40 баллов). Дисциплина считается освоенной, если экзаменуемый набрал не менее 51 балла в результате выполнения всех типов заданий, включая ответ на экзамене. Минимальное количество баллов для допуска к экзамену – 41.

Оценивание студентов на экзамене по дисциплине «Инновационные технологии в современной экономике»

Баллы %	Критерии
100-85 «отлично»	Оценка «отлично» на экзамене выставляется обучающемуся, если он глубоко и прочно усвоил программный материал, исчерпывающе, последовательно, четко и логически стройно его излагает, умеет тесно увязывать теорию с практикой, свободно справляется с задачами, вопросами и другими видами применения знаний, причем не затрудняется с ответом при видоизменении заданий, правильно обосновывает принятое решение.
84-70 «хорошо»	Оценка «хорошо» выставляется обучающемуся, если он твердо знает материал, грамотно и по существу излагает его, не допуская существенных неточностей в ответе на вопрос, правильно применяет теоретические положения, допускает неточности в увязывании теории с практикой.
69-51 «удовлетворительно»	Оценка «удовлетворительно» выставляется обучающемуся, если он имеет знания только основного материала, но не усвоил его деталей, допускает неточности, недостаточно правильные формулировки, нарушения логической последовательности в изложении программного материала, испытывает затруднения при установлении связи теории и практики.
Менее 51 «неудовлетворительно»	Оценка «неудовлетворительно» выставляется обучающемуся, который не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки, неуверенно, с большими затруднениями устанавливает связь теории и практики

### Шкала оценивания.

Оценка результатов производится на основе балльно-рейтинговой системы (БРС). Использование БРС осуществляется в соответствии с приказом от 06 сентября 2019 г. №306 «О применении балльно-рейтинговой системы оценки знаний обучающихся».

Схема расчетов сформирована в соответствии с учебным планом направления, согласована с руководителем научно-образовательного направления, утверждена деканом факультета.

Схема расчетов доводится до сведения студентов на первом занятии по данной дисциплине, является составной частью рабочей программы дисциплины и содержит информацию по изучению дисциплины, указанную в Положении о балльно-рейтинговой системе оценки знаний обучающихся в РАНХиГС.

В случае если студент в течение семестра не набирает минимальное число баллов, необходимое для сдачи промежуточной аттестации, то он может заработать дополнительные баллы, отработав соответствующие разделы дисциплины, получив от преподавателя компенсирующие задания.

В случае получения на промежуточной аттестации неудовлетворительной оценки студенту предоставляется право повторной аттестации в срок, установленный для ликвидации академической задолженности по итогам соответствующей сессии.

Обучающийся, набравший в ходе текущего контроля в семестре от 51 до 70 баллов, по его желанию может быть освобожден от промежуточной аттестации.

Количество баллов	Оценка	
	прописью	буквой
96-100	отлично	А
86-95	отлично	В
71-85	хорошо	С
61-70	хорошо	D
51-60	удовлетворительно	Е

Перевод балльных оценок в академические отметки «отлично», «хорошо», «удовлетворительно»

- «Отлично» (А) - от 96 по 100 баллов – теоретическое содержание курса освоено полностью, без пробелов необходимые практические навыки работы с освоенным материалом сформированы, все предусмотренные программой обучения учебные задания выполнены, качество их выполнения оценено максимальным числом баллов.

- «Отлично» (В) - от 86 по 95 баллов – теоретическое содержание курса освоено полностью, без пробелов необходимые практические навыки работы с освоенным материалом сформированы, все предусмотренные программой обучения учебные задания выполнены, качество их выполнения оценено числом баллов, близким к максимальному.

- «Хорошо» (С) - от 71 по 85 баллов – теоретическое содержание курса освоено полностью, без пробелов, некоторые практические навыки работы с освоенным материалом сформированы недостаточно, все предусмотренные программой обучения учебные задания выполнены, качество выполнения ни одного из них не оценено минимальным числом баллов, некоторые виды заданий выполнены с ошибками.

- «Хорошо» (D) - от 61 по 70 баллов – теоретическое содержание курса освоено полностью, без пробелов, некоторые практические навыки работы с освоенным материалом сформированы недостаточно, большинство предусмотренных программой обучения учебных заданий выполнены, качество выполнения ни одного из них не оценено минимальным числом баллов, некоторые виды заданий выполнены с ошибками.

- «Удовлетворительно» (Е) - от 51 по 60 баллов – теоретическое содержание курса освоено частично, но пробелы не носят существенного характера, необходимые практические навыки работы с освоенным материалом в основном сформированы, большинство предусмотренных программой обучения учебных заданий выполнено, некоторые из выполненных заданий выполнены с ошибками.

## 6. Методические материалы по освоению дисциплины

Рабочей программой дисциплины предусмотрены следующие виды аудиторных занятий: лекции, практические занятия, лабораторные работы, контрольные работы. На лекциях рассматривается наиболее сложный материал дисциплины. По завершении лекции проводится интернет-тестирование по пройденному материалу. Часть теоретического материала предоставляется на самостоятельное изучение по рекомендованным источникам для формирования навыка самообучения.

Практические занятия предназначены для самостоятельной работы студентов по решению конкретных задач. Каждое практическое занятие сопровождается домашними заданиями, выдаваемыми студентам для решения во внеаудиторное время. Для

формирования у студентов навыка совместной работы в коллективе некоторые задания решаются с помощью разбиения на группы методом мозговой атаки.

Лабораторная работа посвящена сравнительному анализу рынков ИКТ. С целью контроля сформированности компетенций разработан фонд контрольных заданий. Его использование позволяет реализовать балльно-рейтинговую оценку, определенную приказом от 28 августа 2014 г. №168 «О применении балльно-рейтинговой системы оценки знаний студентов».

Для работы с печатными и электронными ресурсами СЗИУ имеется возможность доступа к электронным ресурсам. Организация работы студентов с электронной библиотекой указана на сайте института (странице сайта – «Научная библиотека»).

### **Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины**

Обучение по дисциплине «Менеджмент ИТ-продуктов и услуг» предполагает изучение курса на аудиторных занятиях (лекции, практические работы) и самостоятельной работы обучающихся. Семинарские занятия дисциплины «Менеджмент ИТ-продуктов и услуг» предполагают их проведение в различных формах с целью выявления полученных знаний, умений, навыков и компетенций с проведением контрольных мероприятий, описанных в п.4.3.1. С целью обеспечения успешного обучения обучающийся должен готовиться к лекции, поскольку она является важнейшей формой организации учебного процесса, поскольку:

- знакомит с новым учебным материалом;
- разъясняет учебные элементы, трудные для понимания;
- систематизирует учебный материал;
- ориентирует в учебном процессе.

Подготовка к лекции заключается в следующем:

- внимательно прочитайте материал предыдущей лекции;
- узнайте тему предстоящей лекции (по тематическому плану, по информации лектора);
- ознакомьтесь с учебным материалом по учебнику и учебным пособиям;
- постарайтесь уяснить место изучаемой темы в своей профессиональной подготовке;
- запишите возможные вопросы, которые вы зададите лектору по завершении лекции.

Подготовка к семинарским занятиям:

- внимательно прочитайте материал лекций, относящихся к данному семинарскому занятию, ознакомьтесь с учебным материалом по учебнику и учебным пособиям;
- выпишите основные термины;
- ответьте на контрольные вопросы по семинарским занятиям, готовьтесь дать развернутый ответ на каждый из вопросов;
- уясните, какие учебные элементы остались для вас неясными и постарайтесь получить на них ответ заранее (до семинарского занятия) во время текущих консультаций преподавателя;
- готовиться можно индивидуально, парами или в составе малой группы, последние являются эффективными формами работы;
- рабочая программа дисциплины в части целей, перечню знаний, умений, терминов и учебных вопросов может быть использована вами в качестве ориентира в организации обучения.

Подготовка к экзамену.

К экзамену необходимо готовиться целенаправленно, регулярно, систематически и с первых дней обучения по данной дисциплине. Попытки освоить дисциплину в период экзаменационной сессии, как правило, показывают не слишком удовлетворительные результаты. В самом начале учебного курса познакомьтесь со следующей учебно-методической документацией:

- программой дисциплины;
- перечнем знаний и умений, которыми студент должен владеть;
- тематическими планами лекций, семинарских занятий;
- контрольными мероприятиями;
- учебником, учебными пособиями по дисциплине, а также электронными ресурсами;
- перечнем вопросов к экзамену.

Систематическое выполнение учебной работы на лекциях и семинарских занятиях позволит успешно освоить дисциплину и создать хорошую базу для сдачи экзамена.

## 7. Учебная литература и ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», включая перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

### 7.1. Основная литература

1. Абрамов, Владимир Сергеевич. Стратегический менеджмент [Электронный ресурс] : учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры [эконом. направлениям : в 2 ч.]. Ч. 1 : Сущность и содержание / В. С. Абрамов, С. В. Абрамов ; под ред. В. С. Абрамова ; Моск. гос. ин-т междунар. отношений (ун-т) МИД России. - Электрон. дан. - Москва : Юрайт, 2018. - 270 с. - Текст: электронный. - URL: <https://urait.ru/book/7402B3EF-9CC9-4B59-91C1-A614DF864325> . - Режим доступа: для авторизир. пользователей

2. Васильева, Татьяна Владимировна. Инновационные технологии в современной экономике [Электронный ресурс] : учеб. пособие для бакалавров и магистров СЗИУ, направления подготовки 38.03.05 "Бизнес-информатика", 38.04.01 "Экономика" / Т. В. Васильева. - 4-е изд., перераб. и доп. - Электрон. дан. - СПб. : ИМЦ "НВШ-СПб", 2017. - 206 с. [http://stor.nwipa.ru.idp.nwipa.ru/pdf/trudi\\_prepod/InnTexSovEc2017\\_VasilevaTV.pdf](http://stor.nwipa.ru.idp.nwipa.ru/pdf/trudi_prepod/InnTexSovEc2017_VasilevaTV.pdf)

3. Инвестиции и инновации : учебник / В. Н. Щербаков, Л. П. Дашков, К. В. Балдин [и др.] ; под ред. В. Н. Щербакова. - 3-е изд. - Москва : Дашков и К, 2020. - 658 с. - Текст: электронный. - URL: <https://new.znaniy.com/catalog/document?id=358134> . - Режим доступа: для авторизир. пользователей

Все источники основной литературы взаимозаменяемы

### 7.2. Дополнительная литература

1. Абрамов, Владимир Сергеевич. Стратегический менеджмент [Электронный ресурс] : учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры [эконом. направлениям : в 2 ч.]. Ч. 2 : Функциональные стратегии / В. С. Абрамов, С. В. Абрамов ; под ред. В. С. Абрамова ; Моск. гос. ин-т междунар. отношений (ун-т) МИД России. - Электрон. дан. - Москва : Юрайт, 2018. - 246 с. - Текст: электронный. - URL: <https://urait.ru/book/87A2240B-97C9-474C-A3AE-33E19DC70D58> . - Режим доступа: для авторизир. пользователей

2. Адлер, Юрий Павлович. Менеджмент для достижения устойчивого успеха организации : управление конфликтами - задача менеджмента : учебное пособие / Ю.П. Адлер. - Москва : МИСиС, 2020. - 102 с. : ил. - Текст: электронный. - URL: <https://e.lanbook.com/book/147969?category=1036> . - Режим доступа: для авторизир. пользователей

3. Абчук, Владимир Авраамович. Менеджмент [Электронный ресурс] : учебник и практикум для академ. бакалавриата [по эконом. направлениям : в 2 ч.]. Ч. 1 / В. А. Абчук, С. Ю. Трапицын, В. В. Тимченко ; Рос. гос. пед. ун-т им. А. И. Герцена. - 3-е изд., испр. и доп. - Электрон. дан. - Москва : Юрайт, 2018. - 239 с. - Текст: электронный. - URL: <https://urait.ru/book/2248D3AE-4363-4D2E-B1BF-35DF848533BE> . - Режим доступа: для авторизир. пользователей

4. Аверченков, Владимир Иванович. Инновационный менеджмент : учебное пособие / В. И. Аверченков, Е. Е. Ваинмаер. - 3-е изд., стер. - Москва : Флинта, 2016. - 293 с. - Текст: электронный. - URL: <http://new.ibooks.ru/products/25323> . - Режим доступа: для авторизир. пользователей

5. Развитие предпринимательства: инновации, технологии, инвестиции : монография / А.В. Шаркова, И.Н. Шапкин, Л.А. Чалдаева [и др.] ; под ред. М.А. Эскиндарова. - 2-е издание. - Москва : Дашков и К, 2021. - 352 с. : ил. - Текст: электронный. - URL: <https://znaniy.com/catalog/document?id=371147> . - Режим доступа: для авторизир. пользователей

6. Интернет-маркетинг 3.0 : нет русской рулетке! / Михаил Зуев [и др.]. - 2-е изд. - СПб.[и др.] : Питер, 2011. - 208 с.

7. Интернет-маркетинг на 100 // Н. Андросов [и др.] ; под ред. Сергея Сухова. - СПб.[и др.] : Питер, 2010. - 228 с.
8. Интернет-технологии в банковском бизнесе: перспективы и риски : учеб.-практ. пособие / Ю. Н. Юденков [и др.]. - 2-е изд., стер. - М. : КноРус, 2011. - 318 с.
9. Интернет-СМИ : теория и практика : учеб. пособие / [А. О. Алексеева и др.] ; под ред. М. М. Лукиной. - М. : Аспект Пресс, 2010. - 348 с.
10. Электронные деньги. Интернет-платежи / [В. Г. Мартынов и др.]. - М. : Маркет ДС, 2010. - 165 с.
11. Интернет-технологии в банковском бизнесе: перспективы и риски : учеб.-практ. пособие / Ю. Н. Юденков [и др.]. - М. : КноРус, 2010. - 318 с.
12. Интернет-СМИ : теория и практика : учеб. пособие / [А. О. Алексеева и др.] ; под ред. М. В. Лукиной. - М. : Аспект Пресс, 2011. - 348 с.
13. Интернет-маркетинг на 100 % [Электронный ресурс] / Н. Андросов [и др.] ; под ред. Сергея Сухова. - Электрон. дан. - СПб.[и др.] : Питер, 2011. - 240 с.
14. Интернет-СМИ : теория и практика : [учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по направлению 030600 и специальности 030601 «Журналистика» / А. О. Алексеева и др.] ; под ред. М. В. Лукиной. - М. : Аспект Пресс, 2013. - 348 с.
15. Баранов, Андрей Евгеньевич . Интернет-психология / А. Е. Баранов. - М. : РИОР, 2012. - 264 с
16. Басыров, Роберт Исхакович. 1С-Битрикс: Строим профессиональный сайт и интернет-магазин [Электронный ресурс] / Р. Басыров. - Электрон. дан. - СПб.[и др.] : Питер, 2011. - 538 с.
17. Бердышев, Сергей Николаевич. Секреты эффективной интернет-рекламы : практ. пособие / С. Н. Бердышев. - М. : Дашков и К, 2010. - 120 с.
18. Инькова, Наталья Анатольевна. Современные интернет-технологии в коммерческой деятельности : учеб. пособие / Н. А. Инькова. - 4-е изд., стер. - М. : Омега-Л, 2010. - 188 с.
19. Осадчук, Евгений Валентинович. Конкурентоспособность в Интернете : как сделать свой проект успешным / Е. В. Осадчук. - М. : БИНОМ. Лаборатория знаний, 2010. - 152 с.
20. Севостьянов, Иван Олегович. Поисковая оптимизация : практическое руководство по продвижению сайта в Интернете / Иван Севостьянов. - СПб.[и др.] : Питер, 2011. - 232 с.
21. Халлиган, Брайан. Маркетинг в Интернете : как привлечь клиентов с помощью Google, социальных сетей и блогов / Брайан Халлиган, Дхармеш Шах ; [пер. с англ. Н. А. Коневской ; под ред. Н. М. Макаровой]. - М. [и др.] : Диалектика, 2011. - 249 с.

### ***7.3. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы***

1. Положение об организации самостоятельной работы студентов федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования «Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации» (в ред. приказа РАНХиГС от 11.05.2016 г. № 01-2211);
2. Положение о курсовой работе (проекте) выполняемой студентами федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования «Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации» (в ред. приказа РАНХиГС от 11.05.2016 г. № 01-2211)

#### 7.4. Нормативные правовые документы

Не используются

#### 7.5. Интернет-ресурсы

СЗИУ располагает доступом через сайт научной библиотеки <http://nwapa.spb.ru/> к следующим подписным электронным ресурсам:

##### Русскоязычные ресурсы

Электронные учебники электронно - библиотечной системы (ЭБС) «Айбукс»

Электронные учебники электронно – библиотечной системы (ЭБС) «Лань»

Рекомендуется использовать следующий интернет-ресурсы

<http://serg.fedosin.ru/ts.htm>

<http://window.edu.ru/resource/188/64188/files/chernyshov.pdf>

#### 7.6. Иные источники.

Не используются.

### 8. Материально-техническая база, информационные технологии, программное обеспечение и информационные справочные системы

Курс включает использование программного обеспечения MicrosoftExcel, MicrosoftWord, MicrosoftPowerPoint для подготовку текстового и табличного материала, графических иллюстраций. При проведении занятий используются современные браузеры и специальные плагины.

№ п/п	Наименование
1.	Компьютерные классы с персональными ЭВМ, объединенными в локальные сети с выходом в Интернет
2.	Пакет Excel -2013, 2016, professional plus
3.	Мультимедийные средства в каждом компьютерном классе и в лекционной аудитории
4.	Браузер, сетевые коммуникационные средства для выхода в Интернет
5.	Система дистанционного обучения Moodle версии 4.0 и выше

Компьютерные классы из расчета 1 ПЭВМ для одного обучаемого. Каждому обучающемуся должна быть предоставлена возможность доступа к сетям типа Интернет в течение не менее 20% времени, отведенного на самостоятельную подготовку.

Методы обучения с использованием информационных технологий (компьютерное тестирование, демонстрация мультимедийных материалов)

Интернет-сервисы и электронные ресурсы (поисковые системы, электронная почта, профессиональные тематические чаты и форумы, системы аудио и видео конференций, онлайн энциклопедии, справочники, библиотеки, электронные учебные и учебно-методические материалы)