

**АННОТАЦИЯ**  
**ТЕХНИКИ ПРЯМЫХ КОРПОРАТИВНЫХ ИТ-ПРОДАЖ И НЕЙРОМАРКЕТИНГ**  
для студентов, обучающихся по направлению подготовки  
38.03.05 «Бизнес-информатика»  
Профиль «ИТ-менеджмент в бизнесе»

**Наименование дисциплины**

Дисциплина «Техники прямых корпоративных ИТ-продаж и нейромаркетинг» согласно учебного плана по направлению 38.03.05 – «Бизнес-информатика».

**Содержание дисциплины**

**Тема 1. Обзор рынков корпоративного программного обеспечения**

Общий рынок информационных технологий. Структура и динамика рынка аппаратного обеспечения. Структура и динамика рынка программного обеспечения. Структура и динамика рынка ИТ-услуг. Рынок ERP-систем. Российский рынок BI-решений. Рынок CRM-решений. Рынок BPM-решений. Классическая S-образная модель жизненного цикла продукта, отрасли, компании. Мировая статистика эффективности комплексной автоматизации компаний. Мировая статистика показателей эффективности ИТ-проектов. Влияние процесса продаж на результаты ИТ-проекта. Особности жизненного цикла продуктов в ИТ-отрасли

**Тема 2. Каналы и технологии поиска клиентов и ИТ-контрактов**

Классификация клиентов. Якорные клиенты. Особенности взаимодействия с разными клиентами. Классификация методов продаж ИТ-проектов. Телемаркетинг. Холодные звонки. Спам-рассылки. Современные технологии спама. Повторные обращения. Профессиональные мероприятия. Government Relations. Классификация видов рекламы. Аутсорсинг процесса продаж. Дилерская сеть. Торговые агенты и посредники. Специфические каналы и инструменты поиска клиентов с целью реализации ИТ-услуг, аппаратного и программного обеспечения. Юридические аспекты взятки. Юридическая и деловая практика коммерческого подкупа в России.

**Тема 3. Предварительный анализ клиента и активный pre-sale**

Compliance и due diligence. Функциональные возможности системы анализа юридических лиц СПАРК-Interfax. Функциональные возможности системы анализа юридических лиц creditnet.ru. Функциональные возможности систем анализа юридических лиц Dun&Bradstreet. Технология оценки юридической чистоты бизнес-партнера. Технология оценки коммерческой надежности бизнес-партнера с использованием данных картотеки арбитражных дел. Другие источники информации о бизнесе. Анализ корпоративных связей. Методика выявления конечного бенефициара бизнеса. Методика экспресс-оценки финансового состояния партнера. Центр восприимчивости. Центр неудовлетворенности. Центр власти. Барьеры на пути к центру власти. Способы преодоления барьеров. Техника телефонных пере-говоров на этапе presale. Техника pre-sale в высококоррупцированных компаниях.

**Тема 4. Согласование контрактов на продажу и внедрение ИТ-решения**

Подготовка к деловой встрече. Разработка стратегии переговоров. Общепринятая бизнес-этика деловых переговоров. Метод СПИН. Работа с возражениями. Организация

деловых совещаний. Манипулирование на переговорах. Влияние культуры на стиль переговоров и ведения бизнеса. Использование культурных и психологических особенностей бизнес-партнеров. Прочие техники и инструменты переговоров. Структура и содержание внутрироссийского контракта на реализацию ИТ-проекта. Особенности внутрироссийского контракта на поставку оборудования. «Серые» схемы в работе российских поставщиков аппаратного обеспечения.

Организация внешнеторговых операций. Структура международного контракта на поставку аппаратного обеспечения. Технологии растаможивания товара и тонкости работы с таможенными брокерами. Юридические последствия нарушения условий внешнеторгового контракта. Техники и инструменты переговоров по условиям контракта на реализацию ИТ-проекта

### **Тема 5. Процесс продажи в рамках проектов внедрения ИТ-решения**

Классификация продуктов ИТ-проектов по внедрению корпоративного ПО. Фронт-, миддл- и бэк-офис. Вовлеченность членов команды ИТ-проекта в процесс продаж его результатов. Компетенции в сфере продаж. Роль менеджера проекта в продажах. Роль аналитиков в продажах. Работа с заинтересованными сторонами проекта. Разработка матрицы заинтересованных сторон проекта. Процесс продаж ИТ-проектов на этапах pre-sale и диагностики (анализа) компании. Процесс продаж промежуточных результатов ИТ-проекта и управление ожиданиями заказчика. Процессы CRM на этапе эксплуатации поставленного и внедренного решения. Основные правила делового письма.

### **Тема 6. Нейромаркетинг**

Нейролингвистическое программирование. Практика использования НЛП и его критика. Понятие нейромаркетинга. Критика нейромаркетинга. Использование зрительного канала восприятия для увеличения продаж. Использование слухового канала восприятия для увеличения продаж. Использование тактильного восприятия для увеличения продаж. Использование обоняния для увеличения продаж. Углубленные медицинские технологии нейромаркетинга. Простые нейромаркетинговые техники в ИТ-продуктах. Использование техник нейромаркетинга в деловых переговорах.

