

Федеральное государственное образовательное бюджетное
учреждение высшего образования
**«ФИНАНСОВЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ПРИ ПРАВИТЕЛЬСТВЕ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ»**
(Финансовый университет)

Новороссийский филиал

Кафедра «Информатика, математика и общегуманитарные науки»



И. Г. Рзун

**ТЕХНИКИ ПРЯМЫХ КОРПОРАТИВНЫХ ИТ-ПРОДАЖ И НЕЙРО-
МАРКЕТИНГ**

Рабочая программа дисциплины
для студентов, обучающихся по направлению подготовки
38.03.05 «Бизнес-информатика»
Профиль «ИТ-менеджмент в бизнесе»

*Рекомендовано Ученым советом Новороссийского филиала Финансового университета
протокол № 14 от «29» августа 2019 г.*

*Одобрено кафедрой «Информатика, математика и общегуманитарные науки»
протокол № 01 от «27» августа 2019г.*

Новороссийск 2019

СОДЕРЖАНИЕ

1. Наименование дисциплины	3
2. Перечень планируемых результатов освоения образовательной программы (перечень компетенций) с указанием индикаторов их достижения и планируемых результатов обучения по дисциплине	3
3. Место дисциплины в структуре образовательной программы	6
4. Объем дисциплины (модуля) в зачетных единицах и в академических часах с выделением объема аудиторной (лекции, семинары) и самостоятельной работы обучающихся	6
5. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам) дисциплины с указанием их объемов (в академических часах) и видов учебных занятий.....	6
5.1. Содержание дисциплины	6
5.2. Учебно-тематический план	8
5.3. Содержание семинаров, практических занятий	9
6. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине	10
6.1. Перечень вопросов, отводимых на самостоятельное освоение дисциплины, формы внеаудиторной самостоятельной работы	10
6.2. Перечень вопросов, заданий, тем для подготовки к текущему контролю (согласно таблице 2)	11
7. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине	12
7.1. Перечень компетенций с указанием индикаторов их достижения в процессе освоения образовательной программы	12
7.2. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки индикаторов достижения компетенций, умений и знаний.....	12
8. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины.....	15
9. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины	16
10. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины	16
11. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень необходимого программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости)	17
11.1. Комплект лицензионного программного обеспечения	17
11.2. Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы	17
11.3. Сертифицированные программные и аппаратные средства защиты информации	18
12. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине.....	18

1. Наименование дисциплины

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

2. Перечень планируемых результатов освоения образовательной программы (перечень компетенций) с указанием индикаторов их достижения и планируемых результатов обучения по дисциплине

В результате изучения дисциплины у студентов должны быть сформированы следующие компетенции:

ПК-5, ПК-22, ПК-25, ПК-27, ПКП-4

Код компетенции	Наименование компетенции	Индикаторы достижения компетенции	Результаты обучения (владения, умения и знания), соотнесенные с компетенциями/индикаторами достижения компетенции
ПК-5	проведение обследования деятельности и ИТ-инфраструктуры предприятий		Знать: -методы исследования систем и построения моделей; основные особенности операционного исследования; -основные методы обследования деятельности и ИТ-инфраструктуры предприятия ключевые аспекты и особенности ИТ-инфраструктуры предприятия - элементы ИТ-инфраструктуры предприятия, принципы работы ИТ-службы предприятия - принципы процессного подхода, состав процессов управления информационными ресурсами и технологиями - сущность методологии имитационного моделирования бизнес-процессов сложных систем. - способы проведения обследования деятельности и ИТ-инфраструктуры предприятий - принципы построения ИТ-инфраструктуры предприятий. Уметь: -проводить анализ предметной области и определять задачи, для решения которых целесообразно применять методы теории систем; выявлять информационные потребности и формализовать требования заказчика. - проводить аудит ИТ-инфраструктуры предприятия методов с целью повышения ее эффективности - проводить обследование деятельности и ИТ-инфраструктуры предприятий - осуществлять сбор информации об ИТ-инфраструктуре предприятия, составлять схемы бизнес-процессов - проводить анализ предметной области, выявлять информационные потребности и разрабатывать

			<p>требования к ИС</p> <ul style="list-style-type: none"> - осуществлять содержательное описание бизнес-процесса предприятия в терминах предметной области в интересах имитационного моделирования. - проводить обследование деятельности и ИТ-инфраструктуры предприятий - осуществлять изучение деятельности и особенностей построения ИТ-инфраструктуры предприятий. <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> -опытом проведения системного исследования от этапа постановки задачи и выдвижения гипотез до анализа результатов и оформления выводов; навыками формализации информационных потребностей пользователей с использованием положений общей теории систем. -методами рационального построения ИТ–инфраструктуры предприятий для управления бизнесом. -проведением обследования деятельности и ИТ-инфраструктуры предприятий -навыками исследования и поиска новых моделей и методов совершенствования ИТ-инфраструктуры предприятия.
ПК-22	<p>умение консультировать заказчиков по вопросам создания и развития электронных предприятий и их компонентов</p>		<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> -теоретические основы построения архитектур предприятия. - типовые технические, информационные, программные и другие средства АИС -ключевые аспекты и особенности электронных предприятий - структуру рынка электронной коммерции <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> -проводить анализ основных моделей и методов управления организацией на основе архитектурных подходов. -использовать компьютерную технику в режиме пользователя для решения управленческих задач -консультировать заказчиков по вопросам создания и развития электронных предприятий -сопровождать информационные системы и сервисы <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> -навыками применения методов повышения эффективности деятельности путем применения инструмента архитектуры предприятия. -перспективными информационными технологиями в области электронного бизнеса -навыками создания электронных предприятий и их компонент -навыками решения управленческих задач с использованием новых информационных технологий

ПК-25	способность описывать целевые сегменты ИКТ-рынка		<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - принципы выделения целевых сегментов ИКТ-рынка - процесс управления электронным предприятием и подразделениями электронного бизнеса несетевых компаний; - особенности целевых сегментов ИКТ-рынка. <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> -описывать целевые сегменты ИКТ-рынка -разрабатывать бизнес-план создания новых бизнесов на основе инноваций в сфере ИКТ; <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> -методиками выделения и описания целевых сегментов ИКТ-рынка -навыками организации управления ИТ-инфраструктурой предприятия; инструментарием для описания целевых сегментов ИКТ-рынка.
ПК-27	способность использовать лучшие практики продвижения инновационных программно-информационных продуктов и услуг		<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> -основные методы, особенности и лучшие практики продвижения инновационных программно-информационных продуктов и услуг <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> -отбирать и использовать подходящие лучшие практики продвижения инновационных программно-информационных продуктов и услуг <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> -методиками сравнения и отбора успешных практик продвижения инновационных программно-информационных продуктов и услуг, способами использования лучших практик продвижения инновационных программно-информационных продуктов и услуг - навыками консультационной деятельности по вопросам продвижения инновационных программно-информационных продуктов и услуг
ПКП-4	способности организовать процесс управления изменениями информационной среды организации		<p>Знать</p> <ul style="list-style-type: none"> • модели процессов продаж в рамках проектов внедрения корпоративных информационных систем; <p>Уметь</p> <ul style="list-style-type: none"> • вести переговоры с представителями заказчика по обсуждению изменения содержания, сроков и стоимости проекта • оформлять запрос на изменение параметров проекта <p>Владеть</p> <ul style="list-style-type: none"> • навыками управления изменениями в проекте и организации • техниками управления ожиданиями клиента

3. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Техники прямых корпоративных ИТ-продаж и нейромаркетинг» входит в вариативную часть учебного плана и является дисциплиной по выбору модуля дисциплин по выбору, углубляющих изучение профиля по направлению 38.03.05 – Бизнес-информатика.

4. Объем дисциплины (модуля) в зачетных единицах и в академических часах с выделением объема аудиторной (лекции, семинары) и самостоятельной работы обучающихся

Вид учебной работы по дисциплине	Всего (в з/е и часах)	Семестр 9 (в часах)
Общая трудоёмкость дисциплины	108/3	108/3
Контактная работа-Аудиторные занятия	12	12
Лекции	4	4
Семинары, Практические занятия	8	8
Самостоятельная работа	96	96
Вид текущего контроля	контрольная	контрольная
Вид промежуточной аттестации	зачет	зачет

5. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам) дисциплины с указанием их объёмов (в академических часах) и видов учебных занятий.

5.1. 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. Особенности 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 переговоров 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.

5.2. Учебно-тематический план

Таблица 2

№ п/п	Наименование темы (раздела) дисциплины	всего	Трудоемкость в часах				Самостоятельная работа	Формы текущего контроля успеваемости
			Аудиторная работа					
			Общая	Лекции	Практические и семинарские занятия	Занятия в интерактивных формах, % от		
1.	Тема 1. Обзор рынков корпоративного программного обеспечения	17	1	0	1	1	16	Дискуссия, Обсуждение
2.	Тема 2. Каналы и технологии поиска клиентов и ИТ-контрактов	17	1	0	1	1	16	Дискуссия, обсуждение
3.	Тема 3. Предварительный анализ клиента и активный pre-sale	18	2	1	1	1	16	Решение ситуационных задач
4	Тема 4. Согласование контрактов на продажу и внедрение ИТ-решения	18	2	1	1	1	16	Дискуссия, обсуждение
5	Тема 5. Процесс продажи в рамках проектов внедрения ИТ-решения	18	2	1	1	1	16	Дискуссия, обсуждение
6	Тема 6. Нейромаркетинг	20	4	1	3	1	16	Дискуссия, обсуждение
Итого		108	12	4	8	6 50%	96	

5.3. Содержание семинаров, практических занятий

Таблица 3

№ темы	Наименование тем (разделов) дисциплины	Перечень вопросов для обсуждения на семинарских, практических занятиях, рекомендуемых источники	Форма проведения занятий
1.	Тема 1. Обзор рынков корпоративного программного обеспечения	Классификация каналов продаж. Роль прямых активных продаж. Особенности жизненного цикла продуктов в ИТ-отрасли Классификация ключевых навыков в области продаж. Кросс-продажи и коммодитизация. Рекомендуемые источники:8.1, 8.2, 8.3	Решение задач в интерактивной форме, проверка самостоятельной работы и разбор ошибок, выполнение аудиторного задания
2	Тема 2. Каналы и технологии поиска клиентов и ИТ-контрактов	Системы поддержки управленческих решений и системы бизнес-аналитики. Рекомендуемые источники:8.1, 8.2, 8.3	Решение задач в интерактивной форме, проверка самостоятельной работы и разбор ошибок, выполнение аудиторного задания
3	Тема 3. Предварительный анализ клиента и активный pre-sale	Поиск нового знания в хранилищах данных Рекомендуемые источники:8.1, 8.2, 8.3	Решение задач в интерактивной форме, проверка самостоятельной работы и разбор ошибок, выполнение аудиторного задания
4	Тема 4. Согласование контрактов на продажу и внедрение ИТ-решения	Основные технологии бизнес аналитики: OLAP- технологии. Рекомендуемые источники:8.1, 8.2, 8.3	Решение задач в интерактивной форме, проверка самостоятельной работы и разбор ошибок, выполнение аудиторного задания
5	Тема 5. Процесс продажи в рамках проектов внедрения ИТ-решения	Основные технологии бизнес аналитики: технологии DM Рекомендуемые источники:8.1, 8.2, 8.3	Решение задач в интерактивной форме, проверка самостоятельной работы и разбор ошибок, выполнение аудиторного задания
6	Тема 6. Нейромаркетинг	Влияние культурных, религиозных, национальных аспектов на принятие бизнес-решений . Общепринятый протокол деловых переговоров .Классификация методов	Решение задач в интерактивной форме, проверка самостоятельной работы и разбор

		<p>манипулирования. Игра на самолюбии. Нападение на социальный статус. «Ошарашивание». Нарушение правил логики. Противоречие между поведением и произносимыми словами. Использование закономерностей мышления. «Чтение мыслей» оппонента. Построение фразы. Изменение масштаба явлений. Нигилистический конформизм. Спираль ответов. Демонстративное умалчивание. Практическое применение BI-систем в маркетинге, управленческом учете, управлении персоналом</p> <p>Рекомендуемые источники: 8.1, 8.2, 8.3</p>	ошибок, выполнение аудиторного задания
--	--	---	--

6. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

6.1. Перечень вопросов, отводимых на самостоятельное освоение дисциплины, формы внеаудиторной самостоятельной работы.

Таблица 4

Наименование тем (разделов) дисциплины	Перечень вопросов, отводимых на самостоятельное освоение	Формы внеаудиторной самостоятельной работы
Тема 1. Обзор рынков корпоративного программного обеспечения	<p>Общий рынок информационных технологий.</p> <p>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.</p>	Работа с учебной литературой. Решение типовых задач. Разбор вопросов по теме занятия. Выполнение домашних заданий к каждому занятию.
Тема 2. Каналы и технологии поиска клиентов и ИТ-контрактов	<p>Классификация клиентов. Якорные клиенты. Особенности взаимодействия с разными клиентами. Классификация методов продаж ИТ проектов. Теле-маркетинг. Холодные звонки. Спам-</p>	Работа с учебной литературой. Решение типовых задач. Разбор вопросов по теме занятия. Выполнение

	<p>рассылки. Современные технологии спама. Повторные обращения. Профессиональные мероприятия. Government Relations. Классификация видов рекламы. Аутсорсинг процесса продаж. Дилерская сеть.</p>	<p>домашних заданий к каждому занятию.</p>
<p>Тема 3. Предварительный анализ клиента и активный pre-sale</p>	<p>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. Классификация продуктов ИТ-проектов по внедрению корпоративного ПО. Фронт-, миддл- и бэк-офис. Волеуверенность членов команды ИТ-проекта в процесс продаж его результатов. Компетенции в сфере продаж. Роль менеджера проекта в продажах.</p>	<p>Работа с учебной литературой. Решение типовых задач. Разбор вопросов по теме занятия. Выполнение домашних заданий к каждому занятию.</p>
<p>Тема 4. Согласование контрактов на продажу и внедрение ИТ-решения</p>	<p>Основные технологии бизнес аналитики: OLAP- технологии</p>	<p>Работа с учебной литературой. Решение типовых задач. Разбор вопросов по теме занятия. Выполнение домашних заданий к каждому занятию.</p>
<p>Тема 5. Процесс продажи в рамках проектов внедрения ИТ-решения</p>	<p>Основные технологии бизнес аналитики: технологии DM</p>	<p>Работа с учебной литературой. Решение типовых задач. Разбор вопросов по теме занятия. Выполнение домашних заданий к каждому занятию.</p>
<p>Тема 6. Нейромаркетинг</p>	<p>Понятие нейромаркетинга. Критика нейромаркетинга. Использование зрительного канала восприятия для увеличения продаж. Использование слухового канала восприятия для увеличения продаж</p>	<p>Работа с учебной литературой. Решение типовых задач. Разбор вопросов по теме занятия. Выполнение домашних заданий к каждому занятию.</p>

6.2. Перечень вопросов, заданий, тем для подготовки к текущему контролю

Текущий контроль осуществляется в ходе учебного процесса и контроля самостоятельной работы студентов по результатам выполнения контрольной работы. Основными формами текущего контроля знаний являются:

- обсуждение вопросов и задач, вынесенных в планах практических занятий;

- решение задач и их обсуждение;
- выполнение контрольных заданий и обсуждение результатов;
- защита выполненных заданий на компьютере.

Промежуточная аттестация проводится в форме зачета.

Оценка знаний студентов осуществляется в соответствии с нормативными документами Финансового университета с учетом оценки за работу в семестре (выполнение домашней контрольной, аудиторных контрольных работ и домашних заданий, тестов, решение задач, участие в обсуждениях на практических занятиях и др.) и оценки итоговых знаний в ходе зачета.

Примерные темы контрольной работы:

Любой вариант темы контрольной работы заключается в разработке pre-sale стратегии ИТ-решения конкретного класса. Перечень тем контрольной работы определяется комбинацией следующих факторов:

- размер бизнеса заказчика (SMB или крупный бизнес)
- форма поставки решения (различные варианты в виде облачных сервисов, onpremise);
- вид поставляемого ИТ-решения (заказная разработка или кастомизация коробочного решения);
- класс внедряемого решения (CRM, ERP, BI, BPM, ECM, EPM, EMM, отдельные бизнес-приложения под программную платформу, программно-аппаратный комплекс, проекты по оптимизации ИТ-инфраструктуры и т.д.)

Пример темы контрольной работы:

1. «Разработка pre-sale стратегии кастомизируемого облачного CRM-решения для крупной компании».
2. Язык маркетинговой коммуникации: образ, цвет, запах в единицах измерения маркетологов 4P2.T24Маркетинговые разработки для различных возрастных категорий
3. Ай-трекинг как популярный нейромаркетинговый метод
4. Библиотека ассортиментных историй.
5. Символика цвета. Связь цвета и языка.
6. Кейс-стади: исследования Венского Института функциональной топографии головного мозга имени Людвиг Больцмана.
7. Этический кодекс нейромаркетолога.
8. Отличительные черты, вызовы, формы и процедуры нейромаркетингового исследования.
9. Роль психолога в маркетинговой корпоративной структуре.
10. Нейромаркетинг как продукт дисциплинарного оползня

7. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине.

7.1. Перечень компетенций с указанием индикаторов их достижения в процессе освоения образовательной программы

Перечень компетенций представлен в разделе 2, который характеризует перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы.

7.2 Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки индикаторов достижения компетенций, умений и знаний

Код компетенции Наименование компетенции	Типовые задания
--	-----------------

ПК-5 проведение обследования деятельности и ИТ-инфраструктуры предприятий	<p>Уметь проводить анализ предметной области и определять задачи, для решения которых целесообразно применять методы теории систем; выявлять информационные потребности и формализовать требования заказчика.</p> <p>Задание 1 Дано описание тендера на реализацию ИТ-проекта, связанного с поставкой и кастомизацией решения. Также дан набор функциональных и нефункциональных критериев выбора решения, составленный заказчиком.</p> <p>Необходимо: - оценить соответствие продаваемого решения указанным критериям; - разработать скрипт работы с возражениями системного архитектора со стороны заказчика.</p>
ПК-22 умение консультировать заказчиков по вопросам создания и развития электронных предприятий и их компонентов	<p>Проводить анализ основных моделей и методов управления организацией на основе архитектурных подходов.</p> <p>Задание 1</p> <p>Дан пакет документов по компании-заказчику, включающий:</p> <ul style="list-style-type: none"> - кредитные профили различных компаний, которые могут быть афилированы с заказчиком; - учредительные документы на различные компании; - расшифровки кредиторской и дебиторской задолженностей заказчика; - арбитражные данные; - ссылки на публичные источники информации. <p>Необходимо: - выявить конечного бенефициара бизнеса; - классифицировать его.</p>
ПК-25 способность описывать целевые сегменты ИКТ-рынка	<p>описывать целевые сегменты ИКТ-рынка</p> <p>-разрабатывать бизнес-план создания новых бизнесов на основе инноваций в сфере ИКТ;</p> <p>Задание 1</p> <p>Дано подробное описание компании – потенциального заказчика.</p> <p>Необходимо классифицировать его, обоснованно указав:</p> <ul style="list-style-type: none"> - тип конкурентного поведения по Раменскому Фризевинокелю; - стадию жизненного цикла компании; - уровень зрелости ключевых бизнес-процессов.
ПК-27 способность использовать лучшие практики продвижения инновационных программно- информационных продуктов и услуг	<p>Отбирать и использовать подходящие лучшие практики продвижения инновационных программно- информационных продуктов и услуг</p> <p>Задание 1</p> <p>Дано подробное описание стейкхолдеров компании – потенциального заказчика и продаваемого продукта. Необходимо разработать матрицу анализа стейкхолдеров проекта.</p>
ПКП-4 способности организовать процесс управления изменениями информационной среды организации	<p>Вести переговоры с представителями заказчика по обсуждению изменения содержания, сроков и стоимости проекта.</p> <p>Задание 1 Дано подробное описание стейкхолдеров компании – потенциального заказчика и продаваемого продукта.</p> <p>Необходимо разработать скрипт работы с возражениям стейкхолдеров, задействовав правильные манипуляции</p>

Примерные вопросы к зачёту:

1. Классическая S-образная модель жизненного цикла продукта, отрасли, компании.
2. Мировая статистика эффективности комплексной автоматизации компаний.
3. Мировая статистика показателей эффективности ИТ-проектов
4. Влияние процесса продаж на результаты ИТ-проекта.
5. Особенности жизненного цикла продуктов в ИТ-отрасли
6. Классификация клиентов
7. Якорные клиенты
8. Особенности взаимодействия с разными клиентами
9. Классификация методов продаж ИТ-проектов.
10. Телемаркетинг.
11. Холодные звонки.
12. Спам-рассылки.
13. Современные технологии спама.
14. Повторные обращения.
15. Профессиональные мероприятия.
16. Government Relations
17. Классификация видов рекламы
18. Аутсорсинг процесса продаж
19. Дилерская сеть
20. Торговые агенты и посредники
21. Специфические каналы и инструменты поиска клиентов с целью реализации ИТ-услуг, аппаратного и программного обеспечения
22. Юридические аспекты взятки.
23. Юридическая и деловая практика коммерческого подкупа в России.
24. Compliance и due diligence.
25. Функциональные возможности системы анализа юридических лиц СПАРК-Interfax.
26. Функциональные возможности системы анализа юридических лиц creditnet.ru.
27. Функциональные возможности систем анализа юридических лиц Dun&Bradstreet.
28. Технология оценки юридической чистоты бизнес-партнера.
29. Технология оценки коммерческой надежности бизнес-партнера с использованием данных картотеки арбитражных дел
30. Другие источники информации о бизнесе.
31. Анализ корпоративных связей.
32. Методика выявления конечного бенефициара бизнеса.
33. Методика экспресс-оценки финансового состояния партнера.
34. Центр восприимчивости.
35. Центр неудовлетворенности
36. Центр власти.
37. Барьеры на пути к центру власти
38. Способы преодоления барьеров.
39. Техника телефонных переговоров на этапе presale.
40. Техника pre-sale в высококоррупцированных компаниях.
41. Подготовка к деловой встрече
42. Разработка стратегии переговоров
43. Общепринятая бизнес-этика деловых переговоров.
44. Метод СПИН.
45. Работа с возражениями
46. Организация деловых совещаний.
47. Манипулирование на переговорах.
48. Фронт-, миддл- и бэк-офис.

49. Вовлеченность членов команды ИТ-проекта в процесс продаж его результатов
50. Компетенции в сфере продаж.
51. Роль менеджера проекта в продажах.
52. Роль аналитиков в продажах.
53. Работа с заинтересованными сторонами проекта.
54. Разработка матрицы заинтересованных сторон проекта.
55. Процесс продаж ИТ-проектов на этапах pre-sale и диагностики (анализа) компании.
56. Процесс продаж промежуточных результатов ИТ-проекта и управление ожиданиями заказчика
57. Процессы CRM на этапе эксплуатации поставленного и внедренного решения
58. Основные правила делового письма.
59. Нейролингвистическое программирование
60. Практика использования НЛП и его критика
61. Понятие нейромаркетинга.

8. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины

Основная:

1. *Трофимов, В. В.* Информационные технологии в 2 т. Том 1 : учебник для академического бакалавриата / В. В. Трофимов ; отв. ред. В. В. Трофимов. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 238 с. — (Серия : Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-01935-3. URL: <https://www.biblio-online.ru/viewer/39752ABD-6BE0-42E2-A8A2-96C8CB534225#page/1>

2. *Казанский, А. А.* Прикладное программирование на excel 2013 : учебное пособие для прикладного бакалавриата / А. А. Казанский. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 159 с. — (Серия : Бакалавр. Прикладной курс). — ISBN 978-5-534-00334-5. URL:<https://www.biblio-online.ru/viewer/61398439-C8A0-480C-9D54-5FC34132F5D2#/>

3. *Штоляков, В. И.* Интеллектуальная собственность: принтмедиа и информационные технологии как объекты интеллектуальной собственности: учебное пособие для вузов / В. И. Штоляков, М. В. Яганова. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 252 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-12661-7. — Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/intellektualnaya-sobstvennost-printmedia-i-informacionnye-tehnologii-kak-obekty-intellektualnoy-sobstvennosti-447956

б) дополнительная:

- *Гаврилов, Л. П.* Электронная коммерция : учебник и практикум для вузов / Л. П. Гаврилов. — 3-е изд., доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 477 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-11785-1. — Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/elektronnaya-kommerciya-450865
- *Астапчук, В. А.* Корпоративные информационные системы: требования при проектировании : учебное пособие для вузов / В. А. Астапчук, П. В. Терещенко. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 113 с. — (Университеты России). — ISBN 978-5-534-08546-4. — Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/korporativnye-informacionnye-sistemy-trebovaniya-pri-proektirovanii-425572
- *Рыбальченко, М. В.* Архитектура информационных систем : учебное пособие для вузов / М. В. Рыбальченко. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 91 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-01159-3. — Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/arhitektura-informacionnyh-sistem-452886

–Информационные технологии в экономике и управлении в 2 ч. Часть 1 : учебник для академического бакалавриата / В. В. Трофимов [и др.] ; под редакцией В. В. Трофимова. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 269 с. — (Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-09083-3. — Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/informacionnye-tehnologii-v-ekonomike-i-upravlenii-v-2-ch-chast-1-442379

–Третьякова, Е. А. Управленческая экономика : учебник и практикум для вузов / Е. А. Третьякова. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 329 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-06401-8. — Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/upravlencheskaya-ekonomika-454680

9. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины.

1. Электронная библиотека Финансового университета (ЭБ) –<http://el.fa.ru/>
2. Электронно-библиотечная система BOOK.RU –<http://www.book.ru3>.
3. Электронно-библиотечная система –Znanium <http://www.znanium.com>
4. Интернет сайт Министерства финансов Российской Федерации www.minfin.ru.
5. Интернет сайт Министерства экономического развития Российской Федерации www.economy.gov.ru.
6. Интернет сайт Правительства Москвы www.mos.ru.
8. Интернет сайт Рейтингового агентства «Эксперт» www.raexpert.ru.
9. Федеральная служба по финансовым рынкам : www.fcsm.ru
10. Федеральная служба государственной статистики www.gks.ru

10. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Рекомендации по подготовке к семинарским занятиям

Подготовку к семинарским занятиям следует планировать и готовиться систематически, так как темы дисциплины логически взаимосвязаны. Равное внимание следует уделять как учебной литературе, так и научным публикациям. Особое внимание необходимо уделять работе с аналитическими и фактическими данными.

Студентам следует:

Прорабатывать рекомендованную преподавателем литературу к конкретному занятию;

- до очередного практического занятия по рекомендованным литературным источникам проработать теоретический материал, соответствующей темы занятия;
- при подготовке к практическим занятиям следует обязательно использовать не только учебную литературу, но и нормативные правовые акты и материалы периодической печати и интернет ресурсы;
- теоретический материал следует соотносить с правовыми нормами, так как в них могут быть внесены изменения, дополнения, которые не всегда отражены в учебной литературе;
- в ходе семинара активно участвовать в рабочей группе по выполнению заданного задания, готовить краткие, четкие выступления, участвовать в обсуждении докладов и результатов;
- на занятии доводить каждую поставленную задачу до окончательного решения, демонстрировать понимание проведенных расчетов (анализов, ситуаций), в случае затруднений обращаться к преподавателю.

Не следует оставлять не решенные вопросы, для выяснения и понимания содержания их решения следует задать преподавателю и коллегам вопросы по материалу, вызвавшему затруднения.

Студентам, пропустившим занятия выполнить задание семинарского занятия и представить результаты в процессе индивидуальной работы с преподавателем. Студенты, не предоставившие такие результаты или не участвующие активно в работе на семинарах, упускают возможность получить баллы за работу в соответствующем семестре.

Формы семинарских занятий, проводимых в интерактивной форме:

1. Дискуссия

Дискуссия состоит из трех этапов:

На первой стадии вырабатывается определенная установка на решение поставленной проблемы. При этом перед студентом стоит задача уяснить проблему и цель дискуссии. Главное правило дискуссии – выступить должен каждый. Кроме того, необходимо: внимательно выслушивать выступающего, не перебивать, аргументировано подтверждать свою позицию, не повторяться, не допускать личной конфронтации, сохранять беспристрастность, не оценивать выступающих, не выслушав до конца и не поняв позицию.

Вторая стадия – стадия оценки – обычно предполагает ситуацию сопоставления, конфронтации и даже конфликта идей, который в случае неумелого руководства дискуссией может перерасти в конфликт личностей. На этой стадии перед студентом ставятся следующие задачи:

- начать обмен мнениями;
- собрать максимум мнений, идей, предложений. Выступая со своим мнением, студент может сразу внести свои предложения, а может сначала просто выступить, а позже сформулировать свои предложения.
- не уходить от темы;
- оперативно проводить анализ высказанных идей, мнений, позиций, предложений перед тем, как переходить к следующему витку дискуссии.

В конце дискуссии у студентов есть право самим оценить свою работу (рефлексия).

Третья стадия – стадия консолидации – предполагает выработку определенных единых или компромиссных мнений, позиций, решений. На этом этапе осуществляется контролирующая функция. Студенты анализируют и оценивают проведенную дискуссию, подводят итоги, результаты.

Подготовка к дискуссии включает в себя изучение материала, полученного на лекции и дополнительного материала, рекомендованного преподавателем.

Методические указания для обучающихся по обсуждению ситуации:

- преподаватель самостоятельно делит группы на несколько подгрупп по 6-12 человек;
 - студентам дается время на изучение кейса;
 - обсуждение вопросов кейса в группе и выработка альтернативных решений;
 - каждая группа предлагает свои альтернативные решения обозначенных в кейсе проблем;
 - обсуждение вариантов решений всеми студентами из предложенных и выработка единого решения с аргументацией;
 - совместно с преподавателем, который выступает в роли модератора – подводятся итоги и отмечаются положительные и отрицательные стороны.
- записыванию помогает прочно заложить данную информацию в «банк памяти».

11. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень необходимого программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости)

11.1 Комплект лицензионного программного обеспечения:

1. Антивирусная защита ESET NOD32
2. Windows, Microsoft Office

11.2 Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы:

- Информационно-правовая система «Консультант Плюс»
- Аналитическая система Bloomberg Professional.
- SPSS Statistics (Statistical Package for the Social Sciences—статистический пакет для социальных наук).
- базы данных Росстата: ЦБСД, ЕМИСС, ССРД МВФ
- Электронная энциклопедия: <http://ru.wikipedia.org/wiki/Wiki>
- Система комплексного раскрытия информации «СКРИН» <http://www.skrin.ru/>

11.3 Сертифицированные программные и аппаратные средства защиты информации

Сертифицированные программные и аппаратные средства защиты информации не предусмотрены.

12. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине

Для осуществления образовательного процесса в рамках дисциплины необходимо наличие специальных помещений.

Специальные помещения представляют собой учебные аудитории для проведения лекций, семинарских и практических занятий, выполнения курсовых групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, а также помещения для самостоятельной работы и помещения для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования.

Проведение лекций и семинаров в рамках дисциплины осуществляется в помещениях:

- оснащенных демонстрационным оборудованием;
- оснащенных компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет»;
- обеспечивающих доступ в электронную информационно-образовательную среду университета.

Специальные помещения должны быть укомплектованы специализированной мебелью и техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации большой аудитории.