

# **ИНДИВИДУАЛЬНЫЕ ЗАДАНИЯ ДЛЯ КОНТРОЛЯ ЗНАНИЙ**

## **Контрольное задание 1**

### **Анализ белорусского рынка ИКТ и ПО.**

Используя открытые источники (Интернет, публикации в печати) проанализируйте состояние белорусского рынка ИКТ и ПО. Выделите основные сегменты, дайте им краткую характеристику, определите ключевые тенденции, наметившиеся в последние годы. Сделайте прогноз развития рынка на ближайшие 2-3 года.

Итоговый отчет должен содержать:

- общий объем рынка ИКТ и ПО;
- перечень основных сегментов;
- динамику изменений по сегментам и рынку в целом за последние 3-5 лет;
- анализ причин этих изменений;
- прогноз развития рынка на ближайшие 2-3 года;
- выводы.

## **Контрольное задание 2**

### **Направления деятельности ИТ-компаний**

Проанализируйте информацию из открытых источников (Интернет, публикации в печати) и приведите примеры белорусских ИТ-компаний, представленных на различных сегментах ИТ-рынка. На основе сделанного вами анализа попытайтесь дать ответ на вопрос, какие именно направления деятельности ИТ-компаний представлены на белорусском рынке наиболее широко и обоснуйте почему.

Ваш итоговый отчет должен содержать:

- общее количество ИТ-компаний;
- перечень основных сегментов белорусского рынка ИКТ и ПО;
- приблизительное количество компаний, представленных на каждом из сегментов\*;
- стоимостные оценки емкости выделенных сегментов\*;
- анализ сложившейся структуры;
- выводы.

\* - при отсутствии точных данных, используйте экспертные оценки для тех сегментов, где это возможно.

### **Контрольное задание 3**

#### **Организационная структура ИТ-компаний**

Предположим, что на рынке представлено 3 ИТ-компания, занимающихся различными видами деятельности. Первая компания занимается разработкой собственных программных продуктов, вторая - аутсорсинговыми разработками под заказ, третья - оказанием услуг по системной интеграции. Подберите подходящую организационную структуру для каждой из компаний. Что общего будет у этих структур? В чем будет заключаться разница между ними?

Ваш итоговый отчет должен содержать:

- организационную структуру продуктовой компании;
- организационную структуру аутсорсинговой компании;
- организационную структуру компании-системного интегратора;
- обоснование вашего выбора;
- сравнительный анализ оргструктур;
- выводы.

## **Контрольное задание 4**

### **Организация маркетинговой деятельности в ИТ-компании**

Представьте себе белорусскую ИТ-компанию численностью в 100 человек, из которых 60 человек занимаются аутсорсинговыми разработками под заказ, 25 - разработкой собственного программного продукта, предполагающего продажи преимущественно на рынках западных стран. Оставшиеся 15 сотрудников - администрация, бухгалтерия и специалисты отдела продаж. Определите необходимое на ваш взгляд количество сотрудников для создаваемого отдела маркетинга и укажите их должности (основные функциональные обязанности).

Ваш итоговый отчет должен содержать:

- перечень маркетинговых функций, которые будут выполняться отделом;
- расчетное количество сотрудников отдела маркетинга, необходимых для их выполнения;
- организационную структуру отдела маркетинга;
- должностные (функциональные) обязанности сотрудников (подсказка: в сравнительно небольших компаниях, сотрудник на определенной должности может совмещать выполнение нескольких маркетинговых функций).

## **Контрольное задание 5**

### **Анализ бизнес-потребностей и составление перечня требований**

Представьте, что вы представляете интересы компании, заинтересованной в автоматизации своих бизнес-процессов. Составьте перечень условий, которые вы хотели бы предъявить бизнес-аналитикам разработчика, сделав их от имени основных участников переговорного процесса: от имени владельца компании, от имени будущего пользователя программного продукта, от имени ИТ-специалиста вашей компании.

Ваш итоговый отчет должен содержать:

- небольшую легенду компании, которую вы представляете;
- перечень требований к программному продукту со стороны владельца компании;
- перечень требований к программному продукту со стороны потенциального пользователя;
- перечень требований к программному продукту со стороны ИТ-специалиста компании.

## **Контрольное задание 6**

### **Сегментация рынка и позиционирование программных продуктов**

Придумайте новую ИТ-услугу или программный продукт, определите рыночные сегменты, для которых вы будете их предлагать, продумайте как вы будете позиционировать и распространять свою услугу или программный продукт и обоснуйте почему именно так.

Ваш итоговый отчет должен содержать:

- краткое описание услуги или продукта;
- функциональное назначение продукта;
- ценовую категорию продукта;
- целевую аудиторию;
- рыночные сегменты, на которых предполагается продавать продукт;
- возможные каналы распространения.

## **Контрольное задание 7**

### **Выбор и обоснование политики формирования цен на программный продукт**

Предположим, что компания-разработчик собирается предлагать на B2B-рынке некий сложный программный продукт. Подберите подходящую модель ценообразования для такого продукта, обоснуйте свой выбор. Продумайте также, на каких сопутствующих услугах (кроме стоимости лицензии на использование самого программного продукта) может зарабатывать компания-разработчик.

- Ваш итоговый отчет должен содержать:
- краткое описание продукта;
- функциональное назначение продукта;
- целевую аудиторию продукта;
- используемую модель ценообразования;
- перечень услуг, за которые предполагается брать плату с клиентов.

## **Контрольное задание 8**

### **Составление прайс-листа с ценами на программный продукт и сопутствующие ИТ-услуги**

Сформируйте прайс-лист с ценами на некий предлагаемый на B2B-рынке программный продукт, состоящий из ряда отдельных модулей при условии, что цена не зависит от количества предполагаемых пользователей программного продукта, а устанавливается пропорционально числу приобретаемых модулей (конфигурации) программного продукта. В прайс-листе определите цены на отдельные модули, а также стоимость услуг по технической поддержке, обновлению и кастомизации. Предусмотрите отдельный тарифный план для SaaS-версии продукта.

Ваш итоговый отчет должен содержать:

- краткое описание продукта;
- перечень модулей программного продукта (включая обязательные и свободно конфигурируемые модули);
- перечень тарифов, которые предполагается использовать (включая обоснование их выбора);
- стоимость каждого из модулей согласно разным тарифам;
- стоимость готовых (базовых) конфигураций продукта;
- стоимость услуг по технической поддержке, обновлению и кастомизации.



## **Контрольное задание 9**

### **Маркетинговые коммуникации в сфере ИТ**

Составьте примерные годовые планы маркетинговых мероприятий для ИТ-компаний различного профиля деятельности:

- ✓ компании, занимающейся разработкой собственных программных продуктов;
- ✓ компании, занимающейся аутсорсинговыми разработками под заказ;
- ✓ компании, занимающейся оказанием услуг по системной интеграции.

Какие мероприятия будут общими для всех компаний? В чем на ваш взгляд должно выражаться отличие?

Ваш итоговый отчет должен содержать:

- укрупненный план маркетинговых мероприятий с разбивкой по месяцам года для компании, занимающейся разработкой собственных программных продуктов;
- укрупненный план маркетинговых мероприятий с разбивкой по месяцам года для компании, занимающейся аутсорсинговыми разработками под заказ;
- укрупненный план маркетинговых мероприятий с разбивкой по месяцам года для компании, занимающейся оказанием услуг по системной интеграции;
- сравнительный анализ указанных планов;
- выводы.

## **Контрольное задание 10**

### **Учет стадий жизненного цикла программного продукта при использовании маркетинговых инструментов**

Представьте себе ИТ-компанию, продающую на рынке несколько различных программных продуктов, каждый из которых находится на различных стадиях кривой жизненного цикла:

Продукт 1 - Выход продукта на рынок, слабая степень известности.

Продукт 2 - Пик интереса к продукту, активные продажи.

Продукт 3 - Спад интереса к продукту и снижение объема продаж.

Определите, какие именно инструменты маркетинговых коммуникаций целесообразно использовать для поддержки продаж каждого из программных продуктов и обоснуйте почему.

Ваш итоговый отчет должен содержать:

- перечень мероприятий для поддержки продаж продукта 1;
- перечень мероприятий для поддержки продаж продукта 2;
- перечень мероприятий для поддержки продаж продукта 3;
- сравнительный анализ рассмотренных вариантов;
- выводы.

## **Контрольное задание 11**

### **Роль маркетинга на разных стадиях разработки программного продукта**

Проанализируйте роль маркетинга на различных стадиях разработки программного продукта (начиная от анализа бизнес-потребностей и заканчивая эксплуатацией и поддержкой программного продукта). Для каких стадий маркетинговая поддержка будет наиболее значимой и активной? В чем она будет выражаться? В чем на ваш взгляд должна проявляться роль маркетинга на остальных стадиях?

Ваш итоговый отчет должен содержать:

- перечень основных стадий процесса разработки программного продукта;
- описание роли маркетинга для каждой из стадий (включая список наиболее эффективных на ваш взгляд инструментов и мероприятий);
- сравнительный анализ рассмотренных выше стадий с точки зрения маркетингового сопровождения;
- выводы.

## **Контрольное задание 12**

### **Концепция участия ИТ-компании в выставке**

Разработайте концепцию участия в отраслевой выставке для продуктовой ИТ-компании (отрасль, для которой предлагаются решения, выберите самостоятельно).

В рамках разработанной концепции ваш итоговый отчет должен содержать ответы на следующие вопросы:

- цель участия компании в выставке;
- что именно ваша компания будет продвигать на выставке: бренд компании как разработчика или свои продуктовые бренды и почему;
- каким образом следует оформить стенд компании;
- сколько сотрудников и каких именно необходимо взять на выставку;
- как будет происходить представление программного продукта целевой аудитории;
- какие сопутствующие мероприятия целесообразно организовать в ходе выставки.

## **Контрольное задание 13**

### **Разработка концепции рекламной и PR-активности**

Обоснуйте и разработайте концепцию рекламной и PR-активности на год для двух ИТ-компаний: занимающейся собственными продуктовыми разработками и аутсорсинговой компании, ведущей разработки под заказ. Укажите какие мероприятия следует провести, какие медиаканалы использовать и т.д. В чем на ваш взгляд будет выражаться разница между концепциями для этих двух компаний и почему?

Ваш итоговый отчет должен содержать:

- цели, преследуемые компаниями в рамках рекламной и PR-активности;
- список планируемых мероприятий, их примерное количество и распределение по месяцам года, основные медиаканалы для ИТ-компаний, занимающейся собственными продуктовыми разработками;
- список планируемых мероприятий, их примерное количество и распределение по месяцам года, основные медиаканалы для аутсорсинговой ИТ-компаний;
- сравнительный анализ двух предложенных концепций;
- выводы.

## **Контрольное задание 14**

### **Каналы распределения программных продуктов и ИТ-услуг**

Подберите наиболее эффективные на ваш взгляд каналы распределения (дистрибуции) для следующих программных продуктов и ИТ-услуг:

- ✓ ERP-система (система управления ресурсами корпорации);
- ✓ CMS (система управления контентом сайта);
- ✓ антивирусная программа для домашнего использования;
- ✓ услуги по хостингу.

Обоснуйте свой выбор.

Ваш итоговый отчет должен содержать:

- краткое описание каждого из программных продуктов или ИТ-услуг;
- целевую аудиторию;
- каналы распределения для каждого из программных продуктов или ИТ-услуг;
- сравнительный анализ предложенных вариантов;
- выводы.

## **Контрольное задание 15**

### **Продажи программных продуктов и ИТ-услуг**

Подготовьте в редакторе PowerPoint две презентации, предназначенные для общения с потенциальными клиентами на переговорах. Одна презентация должна быть сделана от имени аутсорсинговой компании, вторая от имени компании, ведущей собственные разработки. В чем на ваш взгляд будет выражаться разница в содержании таких презентаций?

Ваш итоговый отчет должен содержать:

- небольшую легенду компании;
- краткое описание предлагаемого программного продукта (ИТ-услуги);
- презентацию продукта от имени продуктовой компании;
- презентацию экспертизы компании от имени аутсорсинговой компании;
- сравнительный анализ двух презентаций;
- выводы.

## **Контрольное задание 16**

### **Мотивация труда маркетологов**

Разработайте систему мотивации труда сотрудников отдела маркетинга при условии, что в отделе работают как менеджеры по продажам, так и собственно маркетологи, непосредственно с продажами не связанные. В чем на ваш взгляд должна выражаться разница в мотивации обеих групп сотрудников? Какие нематериальные формы мотивации могут заинтересовать сотрудников отдела?

Ваш итоговый отчет должен содержать:

- краткое описание отдела (общее количество сотрудников, в том числе количество менеджеров по продажам, количество маркетологов);
- функциональные обязанности маркетологов;
- материальные формы мотивации сотрудников отдела;
- нематериальные формы мотивации сотрудников отдела;
- сравнительный анализ подходов к мотивации менеджеров по продажам по отношению к маркетологам, непосредственно не связанным с продажами;
- выводы.