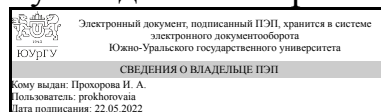


ЮЖНО-УРАЛЬСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

УТВЕРЖДАЮ:
Руководитель направления



И. А. Прохорова

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

дисциплины 1.Ф.19 Анализ рынков ИКТ и организация продаж
для направления 09.03.03 Прикладная информатика
уровень Бакалавриат
форма обучения заочная
кафедра-разработчик Цифровая экономика и информационные технологии

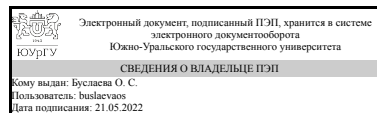
Рабочая программа составлена в соответствии с ФГОС ВО по направлению подготовки 09.03.03 Прикладная информатика, утверждённым приказом Минобрнауки от 19.09.2017 № 922

Зав.кафедрой разработчика,
Д.ЭКОН.Н., доц.



Т. А. Худякова

Разработчик программы,
к.техн.н., доцент



О. С. Буслаева

1. Цели и задачи дисциплины

Целью данного курса является научить студентов эффективно применять методики сбора и анализа достоверной, полной и точной информации об информационных продуктах и услугах; эффективно использовать инструменты маркетингового управления организациями, разрабатывающими и/или поставляющими информационные продукты и услуги, методам работы на рынке информационных продуктов и услуг, оценке эффективности вариантов управления спросом. Задачами дисциплины является: формирование у студентов устойчивый комплекс знаний в области мониторинга и маркетинга информационных продуктов и услуг; ознакомление с функциями, структурой, инфраструктурой и составляющими рынка информационных продуктов и услуг; ознакомление студентов с критериями эффективности работы на рынке информационных продуктов и услуг; формирование практических навыков оценки эффективности вариантов организации работы на рынке информационных продуктов и услуг.

Краткое содержание дисциплины

Специалист по информационным системам должен уверенно ориентироваться в современном информационном пространстве. Он должен самостоятельно выявлять и формулировать задачи информатизации предметной области, системно подходить к анализу и оценке объектов информационной сферы, создавать новые информационные продукты, управлять процессами создания и внедрения информационных систем и т.п. Для успешной работы выпускники данного направления должны хорошо ориентироваться на рынке информационных продуктов и услуг, уметь проанализировать и оценить поступающую информацию. Данная дисциплина направлена на изучение теоретических основ по анализу жизненного цикла информационного продукта и услуг, формированию и управлению рынком информационных продуктов и услуг с использованием рыночных инструментов. Актуальность дисциплины обусловлена: быстрой информатизацией всех процессов (политических, экономических, управленческих, социальных и др.); постоянным ростом требований к информационной компетентности современного специалиста; внедрением информационных продуктов во все сферы бизнеса; ростом разновидностей информационных продуктов и услуг, необходимостью эффективно продвигать их на рынке; активным развитием электронной коммерции.

2. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины

Планируемые результаты освоения ОП ВО (компетенции)	Планируемые результаты обучения по дисциплине
ПК-3 Способен моделировать прикладные (бизнес) процессы и предметную область	Знает: Основы теории маркетинга и современных тенденций ее развития; теоретические основы и закономерности функционирования рыночной экономики; методы проведения анализа маркетинговой информации; основные технологии производства информационных продуктов и услуг Умеет: Ориентироваться в маркетинговой

	информации на рынке информационных продуктов и услуг; системно оценивать рыночную ситуацию и разрабатывать адекватный комплекс маркетинговых мероприятий; анализировать процессы и явления, происходящие в обществе; строить алгоритмы анализа данных Имеет практический опыт: Проведения маркетинговых исследований; навыками построения прогнозов на основании данных.
ПК-8 Способен осуществлять презентацию информационной системы и обучение пользователей информационных систем.	Знает: Методы и приемы осуществления презентации информационной системы и обучение пользователей информационных систем Умеет: Осуществлять презентацию информационной системы и обучать пользователей информационных систем Имеет практический опыт: Проведения маркетингового исследования, сбора, систематизации и обработки информации, использования современных информационных технологий сбора информации и проведения исследования для подготовки презентации информационной системы

3. Место дисциплины в структуре ОП ВО

Перечень предшествующих дисциплин, видов работ учебного плана	Перечень последующих дисциплин, видов работ
1.Ф.20 Прикладные методы оптимизации, 1.Ф.23 Построение моделей бизнес-процессов	1.Ф.06 Бизнес и инновации в сфере ИКТ, 1.Ф.15 Теория принятия решений

Требования к «входным» знаниям, умениям, навыкам студента, необходимым при освоении данной дисциплины и приобретенным в результате освоения предшествующих дисциплин:

Дисциплина	Требования
1.Ф.23 Построение моделей бизнес-процессов	Знает: Последовательность построения и анализа моделей бизнес-процессов на основе реализации современных концепций управления и информационных технологий. Методологии моделирования бизнес-процессов, Технологии, методы и инструментальные средства совершенствования бизнес-процессов; принципы построения, структуру и технологию использования CASE-средств для анализа бизнес-процессов; последовательность построения и анализа моделей бизнес-процессов на основе реализации современных концепций управления и информационных технологий; основные бизнес-процессы в организации Умеет: Строить описание бизнес-систем в виде формальных моделей., Проводить предпроектное обследование объекта проектирования,

	системный анализ предметной области, их взаимосвязей. Имеет практический опыт: Использование инструментальные средства моделирования бизнес-процессов., Построения и анализа моделей бизнес-процессов на основе реализации современных концепций управления и информационных технологий.
1.Ф.20 Прикладные методы оптимизации	Знает: Различные направления решения оптимизационных задач и основные методы математического моделирования с учетом ограничений, определяемых постановками задач в соответствующей предметной области, Методологию системного подхода; прикладные методы оптимизации, Проблемную ситуацию, выделяя ее базовые составляющие; виды ресурсов и ограничений для решения профессиональных задач; базовые методы нахождения оптимальных решений; действующее законодательство и правовые нормы, регулирующие профессиональную деятельность Умеет: Строить модели прикладных (бизнес) процессов и предметной области с использованием методов оптимизации и современного программного обеспечения, Применять системный подход и базовые методы нахождения оптимальных решений в формализации решения прикладных задач, Определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из имеющихся ресурсов и ограничений; анализировать и содержательно интерпретировать полученные результаты Имеет практический опыт: Построения моделей прикладных (бизнес) процессов и предметной области исходя из намеченных целей с учетом требуемой точности, а также точности, с которой могут быть известны исходные данные., Использование системного анализа и математических методов в формализации решения прикладных задач , Разработки стратегии достижения поставленной цели, принимая конкретные решения для ее реализации

4. Объём и виды учебной работы

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 з.е., 108 ч., 20,5 ч. контактной работы

Вид учебной работы	Всего часов	Распределение по семестрам в часах
		Номер семестра
		7

Общая трудоёмкость дисциплины	108	108
Аудиторные занятия:	12	12
Лекции (Л)	4	4
Практические занятия, семинары и (или) другие виды аудиторных занятий (ПЗ)	8	8
Лабораторные работы (ЛР)	0	0
Самостоятельная работа (СРС)	87,5	87,5
с применением дистанционных образовательных технологий	0	
ценообразование на программный продукт	34	34
Комплексная оценка качества информационных продуктов и услуг	20	20
Подготовка к экзамену	10	10
маркетинговые исследования на рынке ИКТ	23,5	23,5
Консультации и промежуточная аттестация	8,5	8,5
Вид контроля (зачет, диф.зачет, экзамен)	-	экзамен

5. Содержание дисциплины

№ раздела	Наименование разделов дисциплины	Объем аудиторных занятий по видам в часах			
		Всего	Л	ПЗ	ЛР
1	Основные понятия рынка информационных продуктов и услуг	4	2	2	0
2	Экономические основы рынка информационных продуктов и услуг	4	2	2	0
3	Организация продаж информационных продуктов и услуг	2	0	2	0
4	Современный информационный рынок и его регулирование	2	0	2	0

5.1. Лекции

№ лекции	№ раздела	Наименование или краткое содержание лекционного занятия	Кол-во часов
1	1	Рынок информационных продуктов и услуг: основные понятия, структура, история развития, назначение. Рынок горизонтальных и вертикальных бизнес-приложений.	2
2	2	Маркетинговые исследования рынка информационных продуктов и услуг. Методы прогнозирования развития рынка информационных продуктов и услуг. Сегментирование рынка информационных продуктов и услуг: задачи сегментирования, критерии сегментирования рынков B2C и B2B, таргетирование. Стратегии позиционирования компании на рынке информационных продуктов и услуг. Стратегия позиционирования информационного продукта или услуги.	2

5.2. Практические занятия, семинары

№ занятия	№ раздела	Наименование или краткое содержание практического занятия, семинара	Кол-во часов
-----------	-----------	---	--------------

1	1	Выбор информационного продукта или ИТ-услуги для вывода на рынок и его продвижения. Разработка анкеты для проведения маркетингового исследования.	2
2	2	Знакомство с программным продуктом VORTEX. Обработка маркетинговой информации с помощью программного продукта VORTEX. Анализ взаимосвязей переменных, построение многомерных таблиц.	2
3	3	Подбор и обоснование выбора оптимального канала распространения программного продукта или ИТ-продукта.	2
4	4	Семинар на тему: Правовое регулирование на информационном рынке. Защита интеллектуальной собственности. Запреты на информационном рынке. Государственная тайна. Защита персональных данных. Коммерческая тайна.	2

5.3. Лабораторные работы

Не предусмотрены

5.4. Самостоятельная работа студента

Выполнение СРС			
Подвид СРС	Список литературы (с указанием разделов, глав, страниц) / ссылка на ресурс	Семестр	Кол-во часов
ценообразование на программный продукт	Бунова, Е. В. Оценка эффективности разработки и внедрения информационных систем Текст учеб. пособие Е. В. Бунова, О. С. Буслаева ; под ред. В. В. Мокеева ; Юж.-Урал. гос. ун-т, Каф. Информ. системы ; ЮУрГУ. - Челябинск: Издательство ЮУрГУ, 2008.	7	34
Комплексная оценка качества информационных продуктов и услуг	Ехлаков, Ю. П. Информационные технологии и программные продукты: рынок, экономика, нормативно-правовое регулирование / Ю. П. Ехлаков. — Москва : ТУСУР, 2007. — 176 с; Полукаров, Д. Ю. Экономические и правовые основы рынка программного обеспечения : учебное пособие / Д. Ю. Полукаров, Т. В. Моисеева. — Москва : СОЛОН-Пресс, 2012. — 224 с.	7	20
Подготовка к экзамену	Ехлаков, Ю. П. Информационные технологии и программные продукты: рынок, экономика, нормативно-правовое регулирование / Ю. П. Ехлаков. — Москва : ТУСУР, 2007. — 176 с; Полукаров, Д. Ю. Экономические и правовые основы рынка программного обеспечения : учебное пособие / Д. Ю. Полукаров, Т. В. Моисеева. — Москва : СОЛОН-Пресс, 2012. — 224 с.	7	10
маркетинговые исследования на рынке ИКТ	электронные ресурсы Интернет	7	23,5

6. Фонд оценочных средств для проведения текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации

Контроль качества освоения образовательной программы осуществляется в соответствии с Положением о балльно-рейтинговой системе оценивания результатов учебной деятельности обучающихся.

6.1. Контрольные мероприятия (КМ)

№ КМ	Се-местр	Вид контроля	Название контрольного мероприятия	Вес	Макс. балл	Порядок начисления баллов	Учитывается в ПА
1	7	Текущий контроль	Теоретические вопросы исследования рынка программного обеспечения	1	8	Для подготовки к докладу студентам выдаются темы для самостоятельного изучения. Доклад по теме готовится индивидуально. Защита доклада сопровождается презентацией, ответами на вопросы. При оценивании результатов мероприятия используется балльно-рейтинговая система оценивания результатов учебной деятельности обучающихся (утверждена приказом ректора от 24.05.2019 г. № 179) Показатели оценивания: - содержание: 2 балла – содержание полностью соответствует теме доклада, тема раскрыта полностью; 1 балл – содержание доклада не полностью соответствует теме и/или раскрыты не все аспекты темы; 0 баллов – содержание доклада не соответствует теме. - оформление: 2 балла – презентация оформлена в соответствии с выданным заданием; 1 балл – в презентации выявлены недочеты; 0 баллов – студент неверно оформил презентацию или не выполнил задание. - срочность: 2 балла – доклад защищен в назначенный срок; 1 балл – доклад защищен на следующем занятии или консультации, после назначенного срока; 0 баллов – доклад защищен позднее, чем на следующем занятии или консультации.	экзамен
2	7	Текущий контроль	Анализ портфеля	1	10	В процессе проведения практических и семинарских занятий осуществляется контроль выполнения заданий и самостоятельной работы студента. Решение практических задач осуществляется с целью проверки уровня знаний, умений, владений, понимания студентом основных принципов работы рынка	экзамен

						информационных продуктов и услуг при решении конкретных практических задач, умения применять на практике полученные знания. Студенту выдается задание, которое должно быть выполнено письменно. При оценивании результатов мероприятия используется балльно-рейтинговая система оценивания результатов учебной деятельности обучающихся (утверждена Приказом ректора от 24.05.2019 г. №179). Общий балл при оценке складывается из следующих показателей: 1. Отчет с выполненным заданием. 2. Ответы на вопросы по заданию. Максимальное количество баллов - 10.	
3	7	Текущий контроль	Матрица Ансоффа	1	10	В процессе проведения практических и семинарских занятий осуществляется контроль выполнения заданий и самостоятельной работы студента. Решение практических задач осуществляется с целью проверки уровня знаний, умений, владений, понимания студентом основных принципов работы рынка информационных продуктов и услуг при решении конкретных практических задач, умения применять на практике полученные знания. Студенту выдается задание, которое должно быть выполнено письменно. При оценивании результатов мероприятия используется балльно-рейтинговая система оценивания результатов учебной деятельности обучающихся (утверждена Приказом ректора от 24.05.2019 г. №179). Общий балл при оценке складывается из следующих показателей: 1. Отчет с выполненным заданием. 2. Ответы на вопросы по заданию. Максимальное количество баллов - 10.	экзамен
4	7	Текущий контроль	Маркетинговые исследования рынка ПО	1	10	В процессе проведения практических и семинарских занятий осуществляется контроль выполнения заданий и самостоятельной работы студента. Решение практических задач осуществляется с целью проверки уровня знаний, умений, владений, понимания студентом основных принципов работы рынка информационных продуктов и услуг при решении конкретных	экзамен

						практических задач, умения применять на практике полученные знания. Студенту выдается задание, которое должно быть выполнено письменно. При оценивании результатов мероприятия используется балльно-рейтинговая система оценивания результатов учебной деятельности обучающихся (утверждена Приказом ректора от 24.05.2019 г. №179). Общий балл при оценке складывается из следующих показателей: 1. Отчет с выполненным заданием. 2. Ответы на вопросы по заданию. Максимальное количество баллов - 10.	
5	7	Текущий контроль	Практическая работа	1	10	Для выполнения и защиты задания группа делится на минигруппы. Для каждой подгруппы выдается индивидуальное задание. На протяжении семестра студенты выполняют задание письменно. На последних двух неделях студенты защищают выполненное задание. Защита задания сопровождается докладом, презентацией, ответами на вопросы. При оценивании результатов мероприятия используется балльно-рейтинговая система оценивания результатов учебной деятельности обучающихся (утверждена приказом ректора от 24.05.2019 г. № 179) Показатели оценивания: - содержание: 5 балла – содержание полностью соответствует теме доклада, тема раскрыта полностью; 0 балл – содержание доклада не полностью соответствует теме и/или раскрыты не все аспекты темы; 0 баллов – содержание доклада не соответствует теме. - оформление: 5 балла – презентация оформлена в соответствии с выданным заданием; 3 балл – в презентации выявлены недочеты; 0 баллов – студент неверно оформил презентацию или не выполнил задание.	экзамен
6	7	Промежуточная аттестация	Итоговое тестирование	-	60	Студенту предлагаются вопросы для тестирования в системе электронного ЮУрГУ. Типы вопросов представлены разного типа: открытые, закрытые, сопоставление, выборка, множественные. Итоговое тестирование содержит вопросы (60 вопросов), затрагивающие все разделы курса и позволяют оценить	экзамен

					сформированность компетенций. На ответы отводится 30 мин. Итоговое тестирование студенты осуществляют на базе платформы Электронный ЮУрГУ. 1 балл- дан правильный ответ на вопрос; 0-баллов - ответ не верен	
--	--	--	--	--	--	--

6.2. Процедура проведения, критерии оценивания

Вид промежуточной аттестации	Процедура проведения	Критерии оценивания
экзамен	При оценивании результатов учебной деятельности обучающегося по дисциплине используется балльно-рейтинговая система оценивания результатов учебной деятельности обучающихся (Положение о БРС утверждено приказом ректора от 24.05.2019 г. № 179, в редакции приказа ректора от 10.03.2022 г. № 25-13/09). Оценка за дисциплину формируется на основе полученных оценок за контрольно-рейтинговые мероприятия текущего контроля. Отлично: величина рейтинга обучающегося по дисциплине 85...100 %. Хорошо: величина рейтинга обучающегося по дисциплине 75...84 %. Удовлетворительно: величина рейтинга обучающегося по дисциплине 60...74 %. Неудовлетворительно: величина рейтинга обучающегося по дисциплине 0...59 %. Если студент не согласен с оценкой, полученной по результатам текущего контроля, студент проходит мероприятие промежуточной аттестации в виде тестирования. Тестирование проводится в системе edu.susu.ru, либо на бумажном носителе. Тест содержит 60 вопросов. На выполнение теста дается 30 минут. В случае прохождения мероприятия промежуточной аттестации оценка за дисциплину рассчитывается на основе полученных оценок за контрольно-рейтинговые мероприятия текущего контроля и промежуточной аттестации. Фиксация результатов учебной деятельности по дисциплине проводится в день экзамена при личном присутствии студента.	В соответствии с пп. 2.5, 2.6 Положения

6.3. Паспорт фонда оценочных средств

Компетенции	Результаты обучения	№ КМ					
		1	2	3	4	5	6
ПК-3	Знает: Основы теории маркетинга и современных тенденций ее развития; теоретические основы и закономерности функционирования рыночной экономики; методы проведения анализа маркетинговой информации; основные технологии производства информационных продуктов и услуг	+	+	+	+	+	+
ПК-3	Умеет: Ориентироваться в маркетинговой информации на рынке информационных продуктов и услуг; системно оценивать рыночную ситуацию и разрабатывать адекватный комплекс маркетинговых мероприятий; анализировать процессы и явления, происходящие в обществе; строить алгоритмы анализа данных	+	+	+	+	+	+
ПК-3	Имеет практический опыт: Проведения маркетинговых исследований; навыками построения прогнозов на основании данных.				+	+	+
ПК-8	Знает: Методы и приемы осуществления презентации информационной системы и обучение пользователей информационных систем	+	+	+	+	+	+

ПК-8	Умеет: Осуществлять презентацию информационной системы и обучать пользователей информационных систем	+	+	+	+	+	+
ПК-8	Имеет практический опыт: Проведения маркетингового исследования, сбора, систематизации и обработки информации, использования современных информационных технологий сбора информации и проведения исследования для подготовки презентации информационной системы	+	+	+	+	+	+

Типовые контрольные задания по каждому мероприятию находятся в приложениях.

7. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

Печатная учебно-методическая документация

а) основная литература:

Не предусмотрена

б) дополнительная литература:

Не предусмотрена

в) отечественные и зарубежные журналы по дисциплине, имеющиеся в библиотеке:

Не предусмотрены

г) методические указания для студентов по освоению дисциплины:

1. Критерии оценки качества информационных продуктов
2. Бунова, Е. В. Оценка эффективности разработки и внедрения информационных систем Текст учеб. пособие Е. В. Бунова, О. С. Буслаева ; под ред. В. В. Мокеева ; Юж.-Урал. гос. ун-т, Каф. Информ. системы ; ЮУрГУ. - Челябинск: Издательство ЮУрГУ, 2008. - 69, [1] с. ил.

из них: учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студента:

1. Критерии оценки качества информационных продуктов
2. Бунова, Е. В. Оценка эффективности разработки и внедрения информационных систем Текст учеб. пособие Е. В. Бунова, О. С. Буслаева ; под ред. В. В. Мокеева ; Юж.-Урал. гос. ун-т, Каф. Информ. системы ; ЮУрГУ. - Челябинск: Издательство ЮУрГУ, 2008. - 69, [1] с. ил.

Электронная учебно-методическая документация

№	Вид литературы	Наименование ресурса в электронной форме	Библиографическое описание
1	Основная литература	Электронно-библиотечная система издательства Лань	Ехлаков, Ю. П. Информационные технологии и программные продукты: рынок, экономика, нормативно-правовое регулирование / Ю. П. Ехлаков. — Москва : ТУСУР, 2007. — 176 с. — ISBN 978-5-86889-390-2. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/11806 (дата обращения: 02.10.2021). — Режим доступа: для авториз. пользователей.
2	Основная литература	Электронно-библиотечная	Полукаров, Д. Ю. Экономические и правовые основы рынка программного обеспечения : учебное пособие / Д.

		система издательства Лань	Ю. Полукаров, Т. В. Моисеева. — Москва : СОЛОН-Пресс, 2012. — 224 с. — ISBN 978-5-91359-038-1. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/13770 (дата обращения: 02.10.2021)
3	Дополнительная литература	Электронно-библиотечная система издательства Лань	Дрокина, К. В. Рынок информационно-коммуникационных технологий и организация продаж : учебное пособие / К. В. Дрокина. — Ростов-на-Дону : ЮФУ, [б. г.]. — Часть 2 — 2016. — 75 с. — ISBN 978-5-9275-2208-8. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/114523 (дата обращения: 06.09.2021). — Режим доступа: для авториз. пользователей.
4	Основная литература	Электронно-библиотечная система издательства Лань	Соколов, Н. Е. Рынки информационных и коммуникационных технологий и организация продаж : учебное пособие / Н. Е. Соколов. — Санкт-Петербург : ПГУПС, 2016. — 124 с. — ISBN 978-5-7641-0897-1. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/91097 (дата обращения: 06.09.2021). — Режим доступа: для авториз. пользователей.
5	Дополнительная литература	Образовательная платформа Юрайт	Фомин, В. И. Информационный бизнес : учебник и практикум для вузов / В. И. Фомин. — 4-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 251 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14388-1. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/477500 (дата обращения: 02.10.2021).

Перечень используемого программного обеспечения:

1. Microsoft-Windows(бессрочно)
2. -VORTEX 8.0(бессрочно)
3. Microsoft-Office(бессрочно)
4. ФГАОУ ВО "ЮУрГУ (НИУ)"-Портал "Электронный ЮУрГУ" (<https://edu.susu.ru>)(бессрочно)

Перечень используемых профессиональных баз данных и информационных справочных систем:

Нет

8. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Вид занятий	№ ауд.	Основное оборудование, стенды, макеты, компьютерная техника, предустановленное программное обеспечение, используемое для различных видов занятий
Самостоятельная работа студента	115 (36)	компьютерный класс с установленным на ПК программным обеспечением, мультимедийный комплекс для показа презентаций
Лекции	265 (3)	мультимедийный комплекс для показа презентаций
Практические занятия и семинары	115 (36)	компьютерный класс с установленным на ПК программным обеспечением, мультимедийный комплекс для показа презентаций

Пересдача	115 (3б)	компьютерный класс с установленным на ПК программным обеспечением, мультимедийный комплекс для показа презентаций
Зачет, диф. зачет	115 (3б)	компьютерный класс с установленным на ПК программным обеспечением, мультимедийный комплекс для показа презентаций