

**Министерство образования и науки Российской Федерации**

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования

**«ТОМСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ  
СИСТЕМ УПРАВЛЕНИЯ И РАДИОЭЛЕКТРОНИКИ» (ТУСУР)**

Кафедра автоматизации обработки информации (АОИ)

**Вывод на рынок нового программного продукта**

Методические указания к практическим занятиям  
и организации самостоятельной работы для студентов,  
обучающихся по направлению подготовки «Программная инженерия»  
(уровень магистратуры)

Формы обучения: **очная**

2018

**Ехлаков Юрий Поликарпович**

Вывод на рынок нового программного продукта: Методические рекомендации к практическим занятиям и организации самостоятельной работы .

Направление подготовки: Программная инженерия (уровень магистратуры) / Ю.П. Ехлаков – Томск, 2018. – 8 с.

.

## ОГЛАВЛЕНИЕ

1 Введение .....	3
2 Цели и задачи дисциплины.....	3
3 Методические указания к практическим занятиям.....	3
4 Методические указания для организации самостоятельной работы .....	7
5 Рекомендуемая литература.....	8

## **1 Введение**

Дисциплина «Вывод на рынок нового программного продукта» относится к блоку ФТД (факультативы) ОПОП по направлению «Программная инженерия». Изучение дисциплины базируется на знании дисциплины «Организация бизнеса на рынке программных продуктов». Полученные знания могут использоваться студентом при написании ВКР.

## **2 Цели и задачи дисциплины**

Цель дисциплины «Вывод на рынок нового программного продукта»: формирование у студентов профессиональных знаний и практических навыков по управлению командой проекта при разработке и реализации программы продвижения на рынок нового программного продукта

Задача дисциплины:

1) освоить теоретический материал по организации управления проектной деятельностью коллектива программистов при разработке и реализации программы продвижения на рынок нового программного продукта;

2) получить практические навыки по сегментированию рынка потенциальных пользователей ПП, выбору стратегии позиционирования, анализу и управлению рисками при выводе на рынок нового программного продукта.

## **3 Методические указания к практическим занятиям**

### **3.1 Порядок организации занятий**

Практические занятия и самостоятельная работа направлены на формирование у студентов умения и навыков по использованию

теоретических знаний по управлению командой проекта при разработке и реализации программы продвижения на рынок нового программного продукта при . Занятия проводятся в течение второго семестра. При выборе дисциплины как факультатива посещения занятий для студента являются обязательными. Студенты в процессе подготовки к занятиям самостоятельно изучают научно-техническую литературу по теме занятия. В процессе проведения занятия организуется дискуссия. В ходе дискуссии магистранты должны продемонстрировать: умение грамотно и в строго отведенное время изложить содержание изученного материала; умение обосновать целесообразность и эффективность его применения для решения конкретных научно-практических задач; умение делать выводы.

В конце каждого занятия с участием преподавателя проводится коллективное обсуждение результатов.

Самостоятельная работа студентов при подготовке к практическим занятиям заключается в изучении рекомендуемой литературы по теме занятий.

### **3.2 Темы и содержание практических занятий**

#### **1. Практическое занятие «Выбор модели и организационной структуры управления».**

Задача. Компания продвигает на рынок два ПП. Для первого ПП рынок стабилен, пользовательские требования практически неизменны, конкуренция высокая. Для второго ПП продукт новый, пользовательские требования мало изучены, конкуренция высокая.

Требуется. Обосновать модель организации бизнеса для каждого ПП и предложить организационную структуру управления .

В конце занятия проводится коллективное обсуждение результатов.

При подготовке к занятиям студент должен самостоятельно изучить соответствующие разделы в учебниках и учебных пособиях [1,3].

Продолжительность занятия: 2 часа.

2. Практическое занятие «Выделение и оценка перспективности целевого рынка потенциальных пользователей ПП»

Задача. Малая IT-компания закончила разработку программного продукта по разработанной концепции и намерена продвигать его на рынок. При этом фирма не в состоянии освоить весь рынок, предполагаемая емкость освоения рынка ограничена возможностями компании-разработчика по количеству продаж ПП и дальнейшей технической поддержке пользователей. Выделить целевые сегменты рынка и оценить их привлекательность.

Требуется. Выделить целевые сегменты рынка и оценить их перспективность.

При подготовке к занятиям студент должен самостоятельно изучить соответствующие разделы в учебниках и учебных пособиях [1,2].

Продолжительность занятия: 4 часа.

3. Практическое занятие «Оценка рисков при выводе на рынок нового ПП»

Задача. Малая IT-компания выделила целевые сегменты рынка потенциальных потребителей, определила степень готовности программного продукта к коммерциализации. Руководством IT-компания принято решение о продвижении ПП в выделенные целевые сегменты рынка. Перед тем как обратиться к потенциальным инвесторам за финансовой поддержкой, было принято решение об оценке возможных рисков при выводе ПП на целевые сегменты рынка.

Требуется. Определить возможный риск при выводе на рынок нового ПП, выявить и оценить рискообразующие факторы, влияющие на проявление

риска, вычислить рейтинг каждого из факторов, определить комплекс мероприятий по реагированию на проявления факторов риска.

При подготовке к занятиям студент должен самостоятельно изучить соответствующие разделы в учебниках и учебных пособиях [2,4].

Продолжительность занятия: 4 часа.

## **4 Методические указания к проведению самостоятельной работы**

### **4.1 Общие положения**

Самостоятельная работа студента является обязательным разделом основной образовательной программы подготовки и направлена на формирование навыков по умению работать с литературой по тематике диссертации и оформлению результатов в виде грамотного, четкого и логически выстроенного текста и / или речи.

Самостоятельная работа направлена на изучение тем, вынесенных для самостоятельной проработки, и реализуется в формах проработки лекционного материала и учебной литературы по тематике предмета.

### **4.2 Темы, вынесенные на самостоятельную проработку**

1. «Методика сегментирования и выделения базового рынка потенциальных пользователей ПП»

Рекомендуемая литература – [1,2].

Перечень контрольных вопросов по теме:

1. Дайте определение понятия «сегментирование рынка потенциальных потребителей ПП», перечислите и прокомментируйте характеристики и принципы, на основе которых выделяются сегменты.

2. Перечислите и сравните типы маркетинговых стратегий.
3. Дайте сравнительный анализ понятий макросегментов и микросегментов.
4. Перечислите и прокомментируйте переменные сегментирования, характерные для промышленного рынка ПП.
5. Раскройте содержание иерархического алгоритма сегментирования рынка ПП.
6. Приведите классификацию и раскройте содержание показателей оценки привлекательности целевых сегментов рынка.
7. Раскройте содержание показателей емкости рынка, доли рынка, концентрация конкурентов на рынке.
8. Раскройте содержание количественных методов оценки привлекательности сегментов (балльные оценки, ранжирование).

## 2. «Организация командной работы над проектом»

Рекомендуемая литература – [1,3].

Перечень контрольных вопросов по теме :

1. Перечислите и опишите роли участников команды.
2. Перечислите и прокомментируйте существующие подходы к выделению функциональных ролевых групп программного проекта.
3. Приведите и прокомментируйте классификацию людей по темпераменту. Поясните, какие качества присущи программисту-флегматику и почему.
4. Приведите и прокомментируйте классификацию командных ролей участников проекта.
5. Приведите и прокомментируйте классификацию функциональных ролей участников проекта.
6. Опишите и прокомментируйте роль руководителя программного проекта.
7. Дайте описание понятия «мотивация» и раскройте содержание методов мотивации.
8. Приведите конкретные примеры побуждения и мотивации участников проекта к результативной работе.
9. Приведите возможные сценарии собеседования при приеме на работу.

## 5 Рекомендуемая литература

1. Ехлаков, Ю. П. Организация бизнеса на рынке программных продуктов: Учебник [Электронный ресурс] / Ю. П. Ехлаков — Томск: ТУСУР, 2012. — 314 с. — Режим доступа: <https://edu.tusur.ru/publications/970>
2. Модели и алгоритмы поддержки принятия решений при продвижении на промышленные рынки прикладных программных продуктов: Монография / Ехлаков Ю. П., Бараксанов Д. Н., Пермякова Н. В. - 2015. 128 с. — Режим доступа: <https://edu.tusur.ru/publications/6678>
3. Ехлаков, Ю. П. Управление программными проектами: Учебник [Электронный ресурс] / Ю. П. Ехлаков — Томск: ТУСУР, 2015. — 217 с. — Режим доступа: <https://edu.tusur.ru/publications/6024>
4. Ехлаков, Ю. П. Планирование и организация вывода программных продуктов на рынок: Учебное пособие [Электронный ресурс] / Ю. П. Ехлаков — Томск: ТУСУР, 2017. — 121 с. — Режим доступа: <https://edu.tusur.ru/publications/7047>