МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РФ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования

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

УТВЕРЖДАЮ
Проректор по учебной работе
_____ П. Е. Троян
«___» _____ 20__ г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Планирование и организация вывода программного продукта на рынок

Уровень образования: **высшее образование - бакалавриат**
Направление подготовки (специальность): **38.03.05 Бизнес-информатика**
Направленность (профиль): **Бизнес-информатика**
Форма обучения: **очная**
Факультет: **ФСУ, Факультет систем управления**
Кафедра: **АОИ, Кафедра автоматизации обработки информации**
Курс: **4**
Семестр: **7**
Учебный план набора 2016 года

Распределение рабочего времени

№	Виды учебной деятельности	7 семестр	Всего	Единицы
1	Лекции	26	26	часов
2	Лабораторные занятия	36	36	часов
3	Всего аудиторных занятий	62	62	часов
4	Самостоятельная работа	82	82	часов
5	Всего (без экзамена)	144	144	часов
6	Подготовка и сдача экзамена	36	36	часов
7	Общая трудоемкость	180	180	часов
		5.0	5.0	З.Е

Экзамен: 7 семестр

Томск 2017

Согласована на портале № 13185

Рассмотрена и одобрена на заседании кафедры
протокол № 303 от «20» 1 2017 г.

ЛИСТ СОГЛАСОВАНИЙ

Рабочая программа составлена с учетом требований Федерального Государственного образовательного стандарта высшего образования (ФГОС ВО) по направлению подготовки (специальности) 38.03.05 Бизнес-информатика, утвержденного 2016-08-11 года, рассмотрена и утверждена на заседании кафедры «___» _____ 20__ года, протокол №_____.

Разработчики:

старший преподаватель кафедры
АОИ _____ Бараксанов Д. Н.

Заведующий обеспечивающей каф.
АОИ _____ Ехлаков Ю. П.

Рабочая программа согласована с факультетом, профилирующей и выпускающей кафедрами направления подготовки (специальности).

Декан ФСУ _____ Сенченко П. В.

Заведующий выпускающей каф.
АОИ _____ Ехлаков Ю. П.

Эксперты:

методист кафедры АОИ _____ Коновалова Н. В.

Согласована на портале № 13185

1. Цели и задачи дисциплины

1.1. Цели дисциплины

Целью изучения дисциплины «Планирование и организация вывода программного продукта на рынок» является формирование у студентов знаний о процессе планирования продвижения программного продукта, моделях поддержки принятия решений на разных стадиях планирования продвижения и практических навыков организации продвижения программного продукта на рынок с использованием современных средств коммуникационного воздействия на представителей целевой аудитории.

1.2. Задачи дисциплины

- понимание задач и места продвижения в процессе управления жизненным циклом программного продукта;
- изучение методики разработки программы продвижения программного продукта с учетом особенностей ПП как рыночного товара;
- изучение моделей поддержки принятия решений при организации планирования продвижения программного продукта;
- получение практического навыков принятия решения на разных стадиях планирования и организации продвижения программного продукта на рынок.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП

Дисциплина «Планирование и организация вывода программного продукта на рынок» (Б1.Б.17) относится к блоку 1 (базовая часть).

Предшествующими дисциплинами, формирующими начальные знания, являются следующие дисциплины: IT-маркетинг, Бизнес-планирование, Практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности, Рынки информационно-коммуникационных технологий, Управление жизненным циклом программных продуктов, Электронный бизнес.

Последующими дисциплинами являются: Защита выпускной квалификационной работы, включая подготовку к процедуре защиты и процедуру защиты, Основы организации бизнеса IT-компаний, Преддипломная практика.

3. Требования к результатам освоения дисциплины

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

- ПК-27 способность использовать лучшие практики продвижения инновационных программно-информационных продуктов и услуг;

В результате изучения дисциплины студент должен:

- **знать** специфику рынка «тиражного» программного продукта; роль и место продвижения в управлении жизненным циклов программного продукта; содержательные постановки задач и модели поддержки принятия решений на разных стадиях методики разработки программы продвижения программного продукта на рынок.
- **уметь** использовать модели и алгоритмы поддержки принятия решений на разных стадиях разработки программы продвижения программного продукта на рынок.
- **владеть** навыками разработки программы продвижения программного продукта на рынок с использованием современных средств коммуникационного воздействия на представителей целевой аудитории.

4. Объем дисциплины и виды учебной работы

Общая трудоемкость дисциплины составляет 5.0 зачетных единицы и представлена в таблице 4.1.

Таблица 4.1 – Трудоемкость дисциплины

Виды учебной деятельности	Всего часов	Семестры
		7 семестр
Аудиторные занятия (всего)	62	62
Лекции	26	26
Лабораторные занятия	36	36

Согласована на портале № 13185

Самостоятельная работа (всего)	82	82
Выполнение индивидуальных заданий	30	30
Оформление отчетов по лабораторным работам	36	36
Проработка лекционного материала	8	8
Самостоятельное изучение тем (вопросов) теоретической части курса	8	8
Всего (без экзамена)	144	144
Подготовка и сдача экзамена	36	36
Общая трудоемкость ч	180	180
Зачетные Единицы Трудоемкости	5.0	5.0

5. Содержание дисциплины

5.1. Разделы дисциплины и виды занятий

Разделы дисциплины и виды занятий приведены в таблице 5.1.

Таблица 5.1 – Разделы дисциплины и виды занятий

Названия разделов дисциплины	Лекции	Лабораторные работы	Самостоятельная работа	Всего часов (без экзамена)	Формируемые компетенции
7 семестр					
1 Проблемы продвижения программного продукта	2	0	1	3	ПК-27
2 Методика разработки программы продвижения программного продукта	2	0	39	41	ПК-27
3 Определение и сегментирование базового рынка	4	8	9	21	ПК-27
4 Выбор целевых сегментов	8	12	14	34	ПК-27
5 Формирование коммуникационных сообщений	4	4	5	13	ПК-27
6 Разработка и реализация плана маркетинговых коммуникаций	6	12	14	32	ПК-27
Итого за семестр	26	36	82	144	
Итого	26	36	82	144	

Согласована на портале № 13185

5.2. Содержание разделов дисциплины (по лекциям)

Содержание разделов дисциплин (по лекциям) приведено в таблице 5.2.

Таблица 5.2 - Содержание разделов дисциплин (по лекциям)

Названия разделов	Содержание разделов дисциплины по лекциям	Трудоемкость, ч	Формируемые компетенции
7 семестр			
1 Проблемы продвижения программного продукта	Рынок программных продуктов. Специфика рынка «тиражного» программного продукта. Место и задачи продвижения в процессе управления жизненным циклом программного продукта. Анализ существующих подходов к организации продвижения программного продукта.	2	ПК-27
	Итого	2	
2 Методика разработки программы продвижения программного продукта	Методика разработки программы продвижения программных продуктов. Описание стадий, этапов и работ процесса планирования продвижения с учетом особенностей программного продукта как рыночного товара.	2	ПК-27
	Итого	2	
3 Определение и сегментирование базового рынка	Содержательная модель выделения базового рынка программного продукта. Модель и алгоритмы сегментирования потребителей базового рынка программного продукта.	4	ПК-27
	Итого	4	
4 Выбор целевых сегментов	Постановка задачи выбора целевых сегментов и вариантов поставки программного продукта. Определение и оценка альтернативных вариантов поставки продукта в сегменты рынка. Алгоритмы решения задачи выбора целевых сегментов и вариантов поставки ПП.	8	ПК-27
	Итого	8	
5 Формирование коммуникационных сообщений	Характеристики коммуникационных сообщений. Модель декомпозиции коммуникационных сообщений. Методика формирования вариантов структуры и содержания коммуникационных сообщений. Типовые варианты структуры и содержания коммуникационных сообщений.	4	ПК-27
	Итого	4	

Согласована на портале № 13185

6 Разработка и реализация плана маркетинговых коммуникаций	Постановка задачи выбора мест и продолжительности размещения коммуникационных сообщений. Определение характеристик мест показа коммуникационных сообщений. Алгоритм решения задачи выбора рекламных площадок и мест размещения коммуникационных сообщений.	4	ПК-27
	Определение и настройка механизмом мониторинга результативности. Реализация плана показов коммуникационных сообщений. Оценка эффективности программы продвижения.	2	
	Итого	6	
Итого за семестр		26	

5.3. Разделы дисциплины и междисциплинарные связи с обеспечивающими (предыдущими) и обеспечиваемыми (последующими) дисциплинами

Разделы дисциплины и междисциплинарные связи с обеспечивающими (предыдущими) и обеспечиваемыми (последующими) дисциплинами представ-лены в таблице 5.3.

Таблица 5.3 - Разделы дисциплины и междисциплинарные связи

Наименование дисциплин	№ разделов данной дисциплины, для которых необходимо изучение обеспечивающих и обеспечиваемых дисциплин					
	1	2	3	4	5	6
Предшествующие дисциплины						
1 IT-маркетинг						+
2 Бизнес-планирование		+	+	+		
3 Практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности	+	+	+	+	+	+
4 Рынки информационно-коммуникационных технологий	+					
5 Управление жизненным циклом программных продуктов	+					
6 Электронный бизнес			+	+	+	+
Последующие дисциплины						
1 Защита выпускной квалификационной работы, включая подготовку к процедуре защиты и процедуру защиты	+	+	+	+	+	+
2 Основы организации бизнеса IT-компаний	+	+	+	+	+	+
3 Преддипломная практика	+	+	+	+	+	+

5.4. Соответствие компетенций, формируемых при изучении дисциплины, и видов занятий

Соответствие компетенций, формируемых при изучении дисциплины, и видов занятий представлено в таблице 5.4

Согласована на портале № 13185

Таблица 5. 4 – Соответствие компетенций и видов занятий, формируемых при изучении дисциплины

Компетенции	Виды занятий			Формы контроля
	Лекции	Лабораторные занятия	Самостоятельная работа	
ПК-27	+	+	+	Отчет по индивидуальному заданию, Отчет по лабораторной работе, Опрос на занятиях

6. Интерактивные методы и формы организации обучения

Не предусмотрено РУП

7. Лабораторные работы

Наименование лабораторных работ приведено в таблице 7.1.

Таблица 7. 1 – Наименование лабораторных работ

Названия разделов	Наименование лабораторных работ	Трудоемкость, ч	Формируемые компетенции
7 семестр			
3 Определение и сегментирование базового рынка	Предварительный анализ и выделение базового рынка программного продукта	4	ПК-27
	Сбор сведений и сегментирование базового рынка программного продукта	4	
	Итого	8	
4 Выбор целевых сегментов	Расчет параметров тиражирования вариантов поставки программного продукта в выделенные сегменты рынка	4	ПК-27
	Решение задачи выбора целевых сегментов рынка методом последовательных уступок	4	
	Решение задачи выбора целевых сегментов рынка методом главного критерия	4	
	Итого	12	
5 Формирование коммуникационных сообщений	Формирование вариантов структуры и содержания коммуникационных сообщений	4	ПК-27
	Итого	4	
6 Разработка и реализация плана	Выбор рекламных площадок и мест	4	ПК-27

Согласована на портале № 13185

маркетинговых коммуникаций	размещения коммуникационных сообщений		
	Выбор мест и продолжительности размещения коммуникационных сообщений	4	
	Настройка системы мониторинга результативности программы продвижения	4	
	Итого	12	
Итого за семестр		36	

8. Практические занятия (семинары)

Не предусмотрено РУП

9. Самостоятельная работа

Виды самостоятельной работы, трудоемкость и формируемые компетенции представлены в таблице 9.1.

Таблица 9.1 - Виды самостоятельной работы, трудоемкость и формируемые компетенции

Названия разделов	Виды самостоятельной работы	Трудоемкость, ч	Формируемые компетенции	Формы контроля
7 семестр				
1 Проблемы продвижения программного продукта	Проработка лекционного материала	1	ПК-27	Опрос на занятиях
	Итого	1		
2 Методика разработки программы продвижения программного продукта	Самостоятельное изучение тем (вопросов) теоретической части курса	8	ПК-27	Опрос на занятиях, Отчет по индивидуальному заданию
	Проработка лекционного материала	1		
	Выполнение индивидуальных заданий	30		
	Итого	39		
3 Определение и сегментирование базового рынка	Проработка лекционного материала	1	ПК-27	Опрос на занятиях, Отчет по лабораторной работе
	Оформление отчетов по лабораторным работам	8		
	Итого	9		
4 Выбор целевых сегментов	Проработка лекционного материала	2	ПК-27	Опрос на занятиях, Отчет по лабораторной работе
	Оформление отчетов по лабораторным работам	12		
	Итого	14		
5 Формирование коммуникационных	Проработка лекционного материала	1	ПК-27	Опрос на занятиях, Отчет по лабораторной ра-

Согласована на портале № 13185

сообщений	Оформление отчетов по лабораторным работам	4		боте
	Итого	5		
6 Разработка и реализация плана маркетинговых коммуникаций	Проработка лекционного материала	2	ПК-27	Опрос на занятиях, Отчет по лабораторной работе
	Оформление отчетов по лабораторным работам	12		
	Итого	14		
Итого за семестр		82		
	Подготовка и сдача экзамена	36		Экзамен
Итого		118		

9.1. Темы для самостоятельного изучения теоретической части курса

1. Оценки рисков реализации программы продвижения программных продуктов

9.2. Темы индивидуальных заданий

1. Разработка программы продвижения программного продукта (на конкретном примере), включающей предварительную оценку ресурсов и перспективности тиражирования программного продукта; выделение и сегментирование потребителей базового рынка; выбор целевых сегментов и вариантов поставки программного продукта; выбор мест и продолжительности размещения коммуникационных сообщений на рекламных площадках.

10. Курсовая работа (проект)

Не предусмотрено РУП

11. Рейтинговая система для оценки успеваемости студентов

11.1. Балльные оценки для элементов контроля

Таблица 11.1 – Балльные оценки для элементов контроля

Элементы учебной деятельности	Максимальный балл на 1-ую КТ с начала семестра	Максимальный балл за период между 1КТ и 2КТ	Максимальный балл за период между 2КТ и на конец семестра	Всего за семестр
7 семестр				
Опрос на занятиях	2	4	4	10
Отчет по индивидуальному заданию		15	15	30
Отчет по лабораторной работе	10	10	10	30
Итого максимум за период	12	29	29	70
Экзамен				30
Нарастающим итогом	12	41	70	100

11.2. Пересчет баллов в оценки за контрольные точки

Пересчет баллов в оценки за контрольные точки представлен в таблице 11.2.

Таблица 11. 2 – Пересчет баллов в оценки за контрольные точки

Баллы на дату контрольной точки	Оценка
≥ 90% от максимальной суммы баллов на дату КТ	5

Согласована на портале № 13185

От 70% до 89% от максимальной суммы баллов на дату КТ	4
От 60% до 69% от максимальной суммы баллов на дату КТ	3
< 60% от максимальной суммы баллов на дату КТ	2

11.3. Пересчет суммы баллов в традиционную и международную оценку

Пересчет суммы баллов в традиционную и международную оценку представлен в таблице 11.3.

Таблица 11. 3 – Пересчет суммы баллов в традиционную и международную оценку

Оценка (ГОС)	Итоговая сумма баллов, учитывает успешно сданный экзамен	Оценка (ECTS)
5 (отлично) (зачтено)	90 - 100	A (отлично)
4 (хорошо) (зачтено)	85 - 89	B (очень хорошо)
	75 - 84	C (хорошо)
	70 - 74	D (удовлетворительно)
3 (удовлетворительно) (зачтено)	65 - 69	
	60 - 64	E (посредственно)
2 (неудовлетворительно) (не зачтено)	Ниже 60 баллов	F (неудовлетворительно)

12. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

12.1. Основная литература

1. 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. [Электронный ресурс] - Режим доступа: https://edu.tusur.ru/publications/6678, дата обращения: 03.02.2017.

12.2. Дополнительная литература

1. Модели и алгоритмы управления жизненным циклом программного продукта: Монография / Ехлаков Ю. П., Янченко Е. А., Бараксанов Д. Н. - 2013. 197 с. [Электронный ресурс] - Режим доступа: https://edu.tusur.ru/publications/3900, дата обращения: 03.02.2017.
2. Основы электронной коммерции и интернет-маркетинга: Учебное пособие / Бараксанов Д. Н. - 2011. 132 с. [Электронный ресурс] - Режим доступа: https://edu.tusur.ru/publications/2177, дата обращения: 03.02.2017.

12.3 Учебно-методические пособия

12.3.1. Обязательные учебно-методические пособия

1. Планирование и организация вывода программного продукта на рынок: Методические указания к лабораторным работам и по организации самостоятельной работы / Бараксанов Д. Н. - 2017. 31 с. [Электронный ресурс] - Режим доступа: https://edu.tusur.ru/publications/6739, дата обращения: 03.02.2017.

12.3.2 Учебно-методические пособия для лиц с ограниченными возможностями здоровья

Учебно-методические материалы для самостоятельной и аудиторной работы обучающихся из числа инвалидов предоставляются в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации.

Для лиц с нарушениями зрения:

- в форме электронного документа;
- в печатной форме увеличенным шрифтом.

Для лиц с нарушениями слуха:

- в форме электронного документа;
- в печатной форме.

Согласована на портале № 13185

Для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата:

- в форме электронного документа;
- в печатной форме.

12.4. Базы данных, информационно-справочные, поисковые системы и требуемое программное обеспечение

1. Образовательный портал университета (http://edu.tusur.ru), электронный каталог библиотеки (http://lib.tusur.ru); общедоступные информационные ресурсы и поисковые системы. Необходимое программное обеспечение: стандартный пакет офисных программ (Microsoft, OpenOffice, LibreOffice) с текстовым редактором, табличным процессором и редактором презентаций.

13. Материально-техническое обеспечение дисциплины

13.1. Общие требования к материально-техническому обеспечению дисциплины

13.1.1. Материально-техническое обеспечение для лекционных занятий

Для проведения занятий лекционного типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации используется учебная аудитория, с количеством посадочных мест не менее 22-24, оборудованная доской и стандартной учебной мебелью. Имеются наглядные пособия в виде презентаций по лекционным разделам дисциплины.

13.1.2. Материально-техническое обеспечение для лабораторных работ

Для проведения лабораторных занятий используется учебно-исследовательская вычислительная лаборатория. Состав оборудования: Учебная мебель; Доска; Компьютеры класса не ниже 1.7GHz / 2GB RAM/ 200GB с мониторами диагональю не менее 15" не менее 10 шт. с широкополосным доступом в Internet; Необходимое программное обеспечение - стандартный пакет офисных программ (Microsoft, OpenOffice, LibreOffice) с текстовым редактором, табличным процессором и редактором презентаций.

13.1.3. Материально-техническое обеспечение для самостоятельной работы

Для самостоятельной работы используется учебная аудитория (компьютерный класс), расположенная по адресу 634034, г. Томск, ул. Вершинина, 74, 1 этаж, ауд. 100. Состав оборудования: учебная мебель; компьютеры класса не ниже ПЭВМ INTEL Celeron D336 2.8ГГц. - 4 шт.; компьютеры подключены к сети ИНТЕРНЕТ и обеспечивают доступ в электронную информационно-образовательную среду университета.

13.2. Материально-техническое обеспечение дисциплины для лиц с ограниченными возможностями здоровья

Освоение дисциплины лицами с ОВЗ осуществляется с использованием средств обучения общего и специального назначения.

При обучении студентов **с нарушениями слуха** предусмотрено использование звукоусиливающей аппаратуры, мультимедийных средств и других технических средств приема/передачи учебной информации в доступных формах для студентов с нарушениями слуха, мобильной системы обучения для студентов с инвалидностью, портативной индукционной системы. Учебная аудитория, в которой обучаются студенты с нарушением слуха, оборудована компьютерной техникой, аудиотехникой, видеотехникой, электронной доской, мультимедийной системой.

При обучении студентов **с нарушениями зрениями** предусмотрено использование в лекционных и учебных аудиториях возможности просмотра удаленных объектов (например, текста на доске или слайда на экране) при помощи видеоувеличителей для удаленного просмотра.

При обучении студентов **с нарушениями опорно-двигательного аппарата** используются альтернативные устройства ввода информации и другие технические средства приема/передачи учебной информации в доступных формах для студентов с нарушениями опорно-двигательного аппарата, мобильной системы обучения для людей с инвалидностью.

14. Фонд оценочных средств

14.1. Основные требования к фонду оценочных средств и методические рекомендации

Фонд оценочных средств и типовые контрольные задания, используемые для оценки сформированности и освоения закрепленных за дисциплиной компетенций при проведении текущей, промежуточной аттестации по дисциплине приведен в приложении к рабочей программе.

Согласована на портале № 13185

14.2 Требования к фонду оценочных средств для лиц с ограниченными возможностями здоровья

Для студентов с инвалидностью предусмотрены дополнительные оценочные средства, перечень которых указан в таблице.

Таблица 14 – Дополнительные средства оценивания для студентов с инвалидностью

Категории студентов	Виды дополнительных оценочных средств	Формы контроля и оценки результатов обучения
С нарушениями слуха	Тесты, письменные самостоятельные работы, вопросы к зачету, контрольные работы	Преимущественно письменная проверка
С нарушениями зрения	Собеседование по вопросам к зачету, опрос по терминам	Преимущественно устная проверка (индивидуально)
С нарушениями опорно-двигательного аппарата	Решение дистанционных тестов, контрольные работы, письменные самостоятельные работы, вопросы к зачету	Преимущественно дистанционными методами
С ограничениями по общемедицинским показаниям	Тесты, письменные самостоятельные работы, вопросы к зачету, контрольные работы, устные ответы	Преимущественно проверка методами, исходя из состояния обучающегося на момент проверки

14.3 Методические рекомендации по оценочным средствам для лиц с ограниченными возможностями здоровья

Для студентов с ОВЗ предусматривается доступная форма предоставления заданий оценочных средств, а именно:

- в печатной форме;
- в печатной форме с увеличенным шрифтом;
- в форме электронного документа;
- методом чтения ассистентом задания вслух;
- предоставление задания с использованием сурдоперевода.

Студентам с инвалидностью увеличивается время на подготовку ответов на контрольные вопросы. Для таких студентов предусматривается доступная форма предоставления ответов на задания, а именно:

- письменно на бумаге;
- набор ответов на компьютере;
- набор ответов с использованием услуг ассистента;
- представление ответов устно.

Процедура оценивания результатов обучения инвалидов по дисциплине предусматривает предоставление информации в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации:

Для лиц с нарушениями зрения:

- в форме электронного документа;
- в печатной форме увеличенным шрифтом.

Для лиц с нарушениями слуха:

- в форме электронного документа;
- в печатной форме.

Для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата:

- в форме электронного документа;
- в печатной форме.

При необходимости для обучающихся с инвалидностью процедура оценивания результатов обучения может проводиться в несколько этапов.

Согласована на портале № 13185

Приложение 1

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РФ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования

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

УТВЕРЖДАЮ
Проректор по учебной работе
_____ П. Е. Троян
«___» _____ 20__ г.

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ПО УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЕ

Планирование и организация вывода программного продукта на рынок

Уровень образования: **высшее образование - бакалавриат**
Направление подготовки (специальность): **38.03.05 Бизнес-информатика**
Направленность (профиль): **Бизнес-информатика**
Форма обучения: **очная**
Факультет: **ФСУ, Факультет систем управления**
Кафедра: **АОИ, Кафедра автоматизации обработки информации**
Курс: **4**
Семестр: **7**

Учебный план набора 2016 года

Разработчики:
- старший преподаватель кафедры АОИ Бараксанов Д. Н.

Экзамен: 7 семестр

Томск 2017

Согласована на портале № 13185

1. Введение

Фонд оценочных средств (ФОС) является приложением к рабочей программе дисциплины (практики) и представляет собой совокупность контрольно-измерительных материалов (типовые задачи (задания), контрольные работы, тесты и др.) и методов их использования, предназначенных для измерения уровня достижения студентом установленных результатов обучения.

ФОС по дисциплине (практике) используется при проведении текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации студентов.

Перечень закрепленных за дисциплиной (практикой) компетенций приведен в таблице 1.

Таблица 1 – Перечень закрепленных за дисциплиной компетенций

Код	Формулировка компетенции	Этапы формирования компетенций
ПК-27	способность использовать лучшие практики продвижения инновационных программно-информационных продуктов и услуг	Должен знать специфику рынка «тиражного» программного продукта; роль и место продвижения в управлении жизненным циклов программного продукта; содержательные постановки задач и модели поддержки принятия решений на разных стадиях методики разработки программы продвижения программного продукта на рынок.; Должен уметь использовать модели и алгоритмы поддержки принятия решений на разных стадиях разработки программы продвижения программного продукта на рынок.; Должен владеть навыками разработки программы продвижения программного продукта на рынок с использованием современных средств коммуникационного воздействия на представителей целевой аудитории.;

Общие характеристики показателей и критериев оценивания компетенций на всех этапах приведены в таблице 2.

Таблица 2 – Общие характеристики показателей и критериев оценивания компетенций по этапам

Показатели и критерии	Знать	Уметь	Владеть
Отлично (высокий уровень)	Обладает фактическими и теоретическими знаниями в пределах изучаемой области с пониманием границ применимости	Обладает диапазоном практических умений, требуемых для развития творческих решений, абстрагирования проблем	Контролирует работу, проводит оценку, совершенствует действия работы
Хорошо (базовый уровень)	Знает факты, принципы, процессы, общие понятия в пределах изучаемой области	Обладает диапазоном практических умений, требуемых для решения определенных проблем в области исследования	Берет ответственность за завершение задач в исследовании, приспосабливает свое поведение к обстоятельствам в решении проблем
Удовлетворительно (пороговый уровень)	Обладает базовыми общими знаниями	Обладает основными умениями, требуемыми для выполнения простых задач	Работает при прямом наблюдении

Согласована на портале № 13185

2 Реализация компетенций

2.1 Компетенция ПК-27

ПК-27: способность использовать лучшие практики продвижения инновационных программно-информационных продуктов и услуг.

Для формирования компетенции необходимо осуществить ряд этапов. Этапы формирования компетенции, применяемые для этого виды занятий и используемые средства оценивания представлены в таблице 3.

Таблица 3 – Этапы формирования компетенции и используемые средства оценивания

Состав	Знать	Уметь	Владеть
Содержание этапов	роль и место продвижения в управлении жизненным циклов программного продукта; содержательные постановки задач и модели поддержки принятия решений на разных стадиях разработки программы продвижения программного продукта на рынок.	использовать модели и алгоритмы поддержки принятия решений на разных стадиях разработки программы продвижения программного продукта на рынок.	навыками разработки программы продвижения программного продукта на рынок с использованием современных средств коммуникационного воздействия на представителей целевой аудитории
Виды занятий	• Лабораторные занятия; • Лекции; • Самостоятельная работа; • Подготовка и сдача экзамена / зачета;	• Лабораторные занятия; • Лекции; • Самостоятельная работа; • Подготовка и сдача экзамена / зачета;	• Лабораторные занятия; • Самостоятельная работа;
Используемые средства оценивания	• Отчет по лабораторной работе; • Отчет по индивидуальному заданию; • Опрос на занятиях; • Экзамен;	• Отчет по лабораторной работе; • Отчет по индивидуальному заданию; • Опрос на занятиях; • Экзамен;	• Отчет по лабораторной работе; • Отчет по индивидуальному заданию; • Экзамен;

Формулировка показателей и критериев оценивания данной компетенции приведена в таблице 4.

Таблица 4 – Показатели и критерии оценивания компетенции на этапах

Состав	Знать	Уметь	Владеть
Отлично (высокий уровень)	• содержательные постановки задач, модели и алгоритмы поддержки принятия решений на разных стадиях организации продвижения программного продукта на рынок;	• использовать комплекс моделей и алгоритмов поддержки принятия решений на разных стадиях организации процесса продвижения программных продуктов;	• практическими навыками разработки и оценки результативности программы продвижения программного продукта на рынок;
Хорошо (базовый уровень)	• содержательные постановки задач и алгоритмы их решения на разных стадиях организации продвижения программного продукта	• планировать программу коммуникационного воздействия на представителей целевой аудитории;	• навыками решения отдельных задач поддержки принятия решений в процессе разработки программы продвижения;

Согласована на портале № 13185

	на рынок;		
Удовлетворительно (пороговый уровень)	• содержательные постановки задач на разных стадиях организации продвижения программного продукта на рынок;	• описывать основные этапы работ на разных стадиях организации процесса продвижения программных продуктов;	• инструментами оценки результативности продвижения программного продукта на рынок;

3 Типовые контрольные задания

Для реализации вышеперечисленных задач обучения используются типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы, в следующем составе.

3.1 Темы индивидуальных заданий

– Разработка программы продвижения программного продукта (на конкретном примере), включающей предварительную оценку ресурсов и перспективности тиражирования программного продукта; выделение и сегментирование потребителей базового рынка; выбор целевых сегментов и вариантов поставки программного продукта; выбор мест и продолжительности размещения коммуникационных сообщений на рекламных площадках.

3.2 Темы опросов на занятиях

– Специфика рынка «тиражного» программного продукта. Место и задачи продвижения в процессе управления жизненным циклом программного продукта.

– Основные стадии и содержательные постановки задач на разных стадиях методики разработки программы продвижения программного продукта на рынок.

– Модели выделения и сегментирования потребителей базового рынка программного продукта.

– Специфика выбора целевых сегментов рынка для тиражирования программного продукта. Математическая модель задачи выбора целевых сегментов и вариантов поставки программного продукта. Параметры и методы оценки альтернативных вариантов поставки продукта в сегменты рынка.

– Характеристики коммуникационных сообщений. Модель декомпозиции коммуникационных сообщений. Методика формирования вариантов структуры и содержания коммуникационных сообщений. Типовые варианты структуры и содержания коммуникационных сообщений.

– Характеристики мест показа коммуникационных сообщений. Математическая модель выбора мест и продолжительности размещения коммуникационных сообщений.

– Метрики определения результативности продвижения и способы их измерения.

– Риски и рискообразующие факторы результативности продвижения программного продукта. Качественное и количественное описание рискообразующих факторов.

3.3 Экзаменационные вопросы

– В чем заключается привлекательность "продуктовой" разработки программных продуктов в сравнении с "заказной" с точки зрения компании-разработчика и отрасли информационных технологий страны в целом?

– Опишите особенности программного продукта как рыночного товара.

– Назовите и охарактеризуйте основные стадии разработки программы продвижения программного продукта на рынок.

– Представьте и опишите модель выделения базового рынка программного продукта.

– Какие переменные могут использовать для сегментирования потребителей программного продукта?

– Опишите алгоритм сегментирования потребителей.

– Сформулируйте критерии оптимальности модели выбора целевых сегментов рынка.

– Опишите алгоритм решения задачи выбора целевых сегментов рынка методом главного критерия.

– Опишите алгоритм решения задачи выбора целевых сегментов рынка методом последо-

Согласована на портале № 13185

вательных уступок критерия.

- Какие показатели используются для определения привлекательности тиражирования варианта поставки программного продукта в сегмент рынка? Как рассчитывается этот показатель?
- Представьте задачу выбора мест и продолжительности размещения коммуникационных сообщений.
- Опишите алгоритм выбора мест и продолжительности размещения коммуникационных сообщений.
- Перечислите и охарактеризуйте стадии формирования вариантов структуры и содержания коммуникационных сообщений.
- Опишите потребительские предпочтения лиц, принимающих решение о приобретении программного продукта.

3.4 Темы лабораторных работ

- Предварительный анализ и выделение базового рынка программного продукта
- Сбор сведений и сегментирование базового рынка программного продукта
- Расчет параметров тиражирования вариантов поставки программного продукта в выделенные сегменты рынка
- Решение задачи выбора целевых сегментов рынка методом последовательных уступок
- Решение задачи выбора целевых сегментов рынка методом главного критерия
- Формирование вариантов структуры и содержания коммуникационных сообщений
- Выбор рекламных площадок и мест размещения коммуникационных сообщений
- Выбор мест и продолжительности размещения коммуникационных сообщений
- Настройка системы мониторинга результативности программы продвижения

4 Методические материалы

Для обеспечения процесса обучения и решения задач обучения используются следующие материалы:

- методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций, согласно п. 12 рабочей программы.

4.1. Основная литература

1. 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. [Электронный ресурс] - Режим доступа: https://edu.tusur.ru/publications/6678, свободный.

4.2. Дополнительная литература

1. Модели и алгоритмы управления жизненным циклом программного продукта: Монография / Ехлаков Ю. П., Янченко Е. А., Бараксанов Д. Н. - 2013. 197 с. [Электронный ресурс] - Режим доступа: https://edu.tusur.ru/publications/3900, свободный.
2. Основы электронной коммерции и интернет-маркетинга: Учебное пособие / Бараксанов Д. Н. - 2011. 132 с. [Электронный ресурс] - Режим доступа: https://edu.tusur.ru/publications/2177, свободный.

4.3. Обязательные учебно-методические пособия

1. Планирование и организация вывода программного продукта на рынок: Методические указания к лабораторным работам и по организации самостоятельной работы / Бараксанов Д. Н. - 2017. 31 с. [Электронный ресурс] - Режим доступа: https://edu.tusur.ru/publications/6739, свободный.

4.4. Базы данных, информационно справочные и поисковые системы

1. Образовательный портал университета (http://edu.tusur.ru), электронный каталог библиотеки (http://lib.tusur.ru); общедоступные информационные ресурсы и поисковые системы. Необходимое программное обеспечение: стандартный пакет офисных программ (Microsoft, OpenOffice, LibreOffice) с текстовым редактором, табличным процессором и редактором презентаций.

Согласована на портале № 13185