МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования

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

УТВЕРЖДАЮ
Проректор по учебной работе

Документ подписан электронной подписью
Сертификат: a1119608-cdff-4455-b54e-5235117c185c
Владелец: Сенченко Павел Васильевич
Действителен: с 17.09.2019 по 16.09.2024

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

IT-бизнес и инновации

Уровень образования: **высшее образование - бакалавриат**
Направление подготовки / специальность: **38.03.05 Бизнес-информатика**
Направленность (профиль) / специализация: **ИТ-предпринимательство**
Форма обучения: **очная**
Факультет: **ФСУ, Факультет систем управления**
Кафедра: **АОИ, Кафедра автоматизации обработки информации**
Курс: **3, 4**
Семестр: **6, 7**
Учебный план набора 2020 года

Распределение рабочего времени

№	Виды учебной деятельности	6 семестр	7 семестр	Всего	Единицы
1	Лекции	18	18	36	часов
2	Лабораторные работы	20	20	40	часов
3	Всего аудиторных занятий	38	38	76	часов
4	Самостоятельная работа	70	106	176	часов
5	Всего (без экзамена)	108	144	252	часов
6	Подготовка и сдача экзамена	36	36	72	часов
7	Общая трудоемкость	144	180	324	часов
		4.0	5.0	9.0	З.Е.

Экзамен: 6, 7 семестр

Томск

Согласована на портале № 50779

Рассмотрена и одобрена на заседании кафедры
протокол № 332 от « 10 » 12 2019 г.

ЛИСТ СОГЛАСОВАНИЯ

Рабочая программа дисциплины составлена с учетом требований федерального государственного образовательного стандарта высшего образования (ФГОС ВО) по направлению подготовки (специальности) 38.03.05 Бизнес-информатика, утвержденного 11.08.2016 года, рассмотрена и одобрена на заседании кафедры АОИ «___» _____ 20__ года, протокол №_____.

Разработчик:

Старший преподаватель кафедра АОИ _____ Е. А. Янченко

Заведующий обеспечивающей каф. АОИ _____ А. А. Сидоров

Рабочая программа дисциплины согласована с факультетом и выпускающей кафедрой:

Декан ФСУ _____ Н. Ю. Салмина

Заведующий выпускающей каф. АОИ _____ А. А. Сидоров

Эксперты:

Заведующий кафедрой автоматизации обработки информации (АОИ) _____ А. А. Сидоров

Доцент кафедры автоматизации обработки информации (АОИ) _____ Н. Ю. Салмина

Согласована на портале № 50779

1. Цели и задачи дисциплины

1.1. Цели дисциплины

формирование у студентов профессиональных знаний и практических навыков по по организации бизнеса области информационных технологий и инноваций

1.2. Задачи дисциплины

– ознакомление с основными направлениями развития инноваций в бизнесе, менеджменте и ИКТ, формами и особенностями инновационного бизнеса в сфере ИКТ;

– формирование умений и навыков проведения маркетинговых исследований ИКТ-рынка и разработки маркетингового плана;

– освоение базовых методов и инструментов разработки бизнес-моделей и бизнес-планирования;

– изучение основ финансового планирования и оценки эффективности инвестиций в IT-проекты.

–

2. Место дисциплины в структуре ОПОП

Дисциплина «IT-бизнес и инновации» (Б1.В.02.ДВ.01.02) относится к блоку 1 (вариативная часть).

Предшествующими дисциплинами, формирующими начальные знания, являются: Управление проектами, Электронный бизнес.

Последующими дисциплинами являются: Защита выпускной квалификационной работы, включая подготовку к процедуре защиты и процедуру защиты, Преддипломная практика.

3. Требования к результатам освоения дисциплины

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

– ПК-25 способность описывать целевые сегменты ИКТ-рынка ;

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

В результате изучения дисциплины обучающийся должен:

– **знать** состав и особенности разработки бизнес-плана для IT-бизнеса; методы проведения маркетинговых исследований для разных типов рынков; особенности ценообразования программных продуктов; алгоритм действий и состав документов для регистрации юридического лица; особенности разработки маркетинговой стратегии для ИКТ-продуктов;

– **уметь** проводить маркетинговые исследования ИКТ-рынка; разрабатывать стратегию продвижения IT-продукта и медиаплан; рассчитывать показатели финансовой модели бизнеса; выявлять основные риски и разрабатывать план по их минимизации;

– **владеть** навыками проектирования бизнес-моделей; методиками расчета эффективности инвестиций.

4. Объем дисциплины и виды учебной работы

Общая трудоемкость дисциплины составляет 9.0 зачетных единицы и представлена в таблице 4.1.

Таблица 4.1 – Трудоемкость дисциплины

Виды учебной деятельности	Всего часов	Семестры	
		6 семестр	7 семестр
Аудиторные занятия (всего)	76	38	38
Лекции	36	18	18
Лабораторные работы	40	20	20
Самостоятельная работа (всего)	176	70	106
Выполнение индивидуальных заданий	20	20	0

Согласована на портале № 50779

Оформление отчетов по лабораторным работам	92	36	56
Проработка лекционного материала	64	14	50
Всего (без экзамена)	252	108	144
Подготовка и сдача экзамена	72	36	36
Общая трудоемкость, ч	324	144	180
Зачетные Единицы	9.0	4.0	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	Лек., ч	Лаб. раб., ч	Сам. раб., ч	Всего часов (без экзамена)	Формируемые компетенции
6 семестр					
1 Жизненный цикл и особенности ранней стадии компании в сфере IT	2	0	22	24	ПК-25
2 Бизнес-модель и бизнес-план	8	12	26	46	ПК-25
3 Анализ рынка и маркетинговый план	8	8	22	38	ПК-27
Итого за семестр	18	20	70	108	
7 семестр					
4 Юридическое лицо и организационный план предприятия	8	8	40	56	ПК-27
5 Финансовое планирование и риски	10	12	66	88	ПК-27
Итого за семестр	18	20	106	144	
Итого	36	40	176	252	

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
6 семестр			
1 Жизненный цикл и особенности ранней стадии компании в сфере IT	Типы IT-проектов, жизненный цикл компании, «долина смерти». Стартапы, развитие инновационной экономики в России и мире. Особенности IT-продукта как товара, интеллектуальная собственность. Основные рыночные тренды и перспективные направления бизнеса в IT, венчурная индустрия и инвестиции.	2	ПК-25
	Итого	2	
2 Бизнес-модель и	Определение бизнес-модели и ее	8	ПК-25

Согласована на портале № 50779

бизнес-план	составляющие, формы пред-ставления бизнес-модели, способы разработки, типичные бизнес-модели IT-проектов, заказное и тиражируемое программное обеспечение, достоинства и недостатки модели «SaaS» как наиболее популярной бизнес-модели.Бизнес-планирование, стандарты, состав бизнес плана: маркетинговый, организационный, производственный, финансовый планы, риски. Порядок подготовки бизнес-плана, особенности бизнес-плана для IT-бизнеса.		
	Итого	8	
3 Анализ рынка и маркетинговый план	Назначение маркетинговых исследований, типы информации.Полевые и кабинетные исследования: достоинства и недостатки. Генеральная совокупность и выборка, методы проведения исследований. Особенности проведения полевых исследований на b2b и b2c рынках. Методы анализа информации. Сегментирование, анализ и отбор целевых сегментов. Основные параметры оценки потребительского рынка. Понятие конкуренции, анализ конкурентов, источники информации, модель М. Портера.Каналы коммуникации с потребителем и каналы продвижения продукта. Воронка продаж, жизненный цикл покупателя, метрики и конверсии, прогнозирование объема продаж.	8	ПК-27
	Итого	8	
Итого за семестр		18	
7 семестр			
4 Юридическое лицо и организационный план предприятия	Формы юридических лиц в РФ, их достоинства и недостатки, выбор и регистрация наиболее подходящей формы юридического лица. Уставной капитал и его распределение на разных этапах жизненного цикла компании, влияние на систему налогообложения.Персонал: необходимые сотрудники и их компетенции, план по найму и обучению персонала, способы мотивации. Организационная структура, типы, выбор оптимальной оргструктуры предприятия, распределение ролей.	8	ПК-27
	Итого	8	
5 Финансовое планирование и риски	Система налогообложения, льготы по налогообложению для IT-предприятий,	10	ПК-27

Согласована на портале № 50779

	упрощенная система налогообложения.Расчет финансовой модели предприятия. Отчет о прибылях и убытках, план движения денежных средств. Планирование расходов, основные категории затрат. Ценообразование на IT-продукты, стоимость разработки. Прогноз доходной части. Оценка финансовой эффективности инвестиций в маркетинг, расчет «экономики на 1 пользователя», показатели эффективности медиаплана, стоимость каналов продвижения. Расчет точки безубыточности и показателей эффективности инвестицийВыявление основных рисков проекта, анализ и ранжирование, использование инструмента «карта рисков», разработка плана по снижению рисков.		
	Итого	10	
Итого за семестр		18	
Итого		36	

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 представлены 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
Предшествующие дисциплины					
1 Управление проектами				+	
2 Электронный бизнес	+	+			
Последующие дисциплины					
1 Защита выпускной квалификационной работы, включая подготовку к процедуре защиты и процедуру защиты					+
2 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.

Таблица 5.4 – Соответствие компетенций, формируемых при изучении дисциплины, и видов занятий

Компетенции	Виды занятий			Формы контроля
	Лек.	Лаб. раб.	Сам. раб.	

Согласована на портале № 50779

ПК-25	+	+	+	Отчет по индивидуальному заданию, Отчет по лабораторной работе, Тест, Экзамен
ПК-27	+	+	+	Отчет по лабораторной работе, Тест, Экзамен

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
6 семестр			
2 Бизнес-модель и бизнес-план	Сегментирование ИКТ-рынка	12	ПК-25
	Итого	12	
3 Анализ рынка и маркетинговый план	Анализ конкурентной ситуации	8	ПК-27
	Итого	8	
Итого за семестр		20	
7 семестр			
4 Юридическое лицо и организационный план предприятия	Подготовка пакета документов для регистрации юридического лица	8	ПК-27
	Итого	8	
5 Финансовое планирование и риски	Расчет прогнозного отчета о прибылях и убытках	12	ПК-27
	Итого	12	
Итого за семестр		20	
Итого		40	

8. Практические занятия (семинары)

Не предусмотрено РУП.

Согласована на портале № 50779

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
6 семестр				
1 Жизненный цикл и особенности ранней стадии компании в сфере IT	Проработка лекционного материала	2	ПК-25	Отчет по индивидуальному заданию, Тест
	Выполнение индивидуальных заданий	20		
	Итого	22		
2 Бизнес-модель и бизнес-план	Проработка лекционного материала	6	ПК-25	Отчет по лабораторной работе, Тест
	Оформление отчетов по лабораторным работам	20		
	Итого	26		
3 Анализ рынка и маркетинговый план	Проработка лекционного материала	6	ПК-27	Отчет по лабораторной работе, Тест
	Оформление отчетов по лабораторным работам	16		
	Итого	22		
Итого за семестр		70		
	Подготовка и сдача экзамена	36		Экзамен
7 семестр				
4 Юридическое лицо и организационный план предприятия	Проработка лекционного материала	20	ПК-27	Отчет по лабораторной работе, Тест
	Оформление отчетов по лабораторным работам	20		
	Итого	40		
5 Финансовое планирование и риски	Проработка лекционного материала	30	ПК-27	Отчет по лабораторной работе, Тест
	Оформление отчетов по лабораторным работам	36		
	Итого	66		
Итого за семестр		106		
	Подготовка и сдача экзамена	36		Экзамен
Итого		248		

Согласована на портале № 50779

10. Курсовой проект / курсовая работа

Не предусмотрено РУП.

11. Рейтинговая система для оценки успеваемости обучающихся

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
6 семестр				
Отчет по индивидуальному заданию			10	10
Отчет по лабораторной работе		20	20	40
Тест			20	20
Итого максимум за период		20	50	70
Экзамен				30
Нарастающим итогом	0	20	70	100
7 семестр				
Отчет по лабораторной работе		20	20	40
Тест			30	30
Итого максимум за период		20	50	70
Экзамен				30
Нарастающим итогом	0	20	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
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)

Согласована на портале № 50779

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. Организация бизнеса на рынке программных продуктов [Электронный ресурс]: Учебник / Ехлаков Ю. П. - 2012. 314 с. — Режим доступа: https://edu.tusur.ru/publications/970 (дата обращения: 20.04.2021).

12.2. Дополнительная литература

1. Основы электронной коммерции и интернет-маркетинга [Электронный ресурс]: Учебное пособие / Бараксанов Д. Н. - 2011. 132 с. — Режим доступа: https://edu.tusur.ru/publications/2177 (дата обращения: 20.04.2021).

12.3. Учебно-методические пособия

12.3.1. Обязательные учебно-методические пособия

1. IT-бизнес и инновации [Электронный ресурс]: Методические указания к лабораторным работам, выполнению курсовой работы и организации самостоятельной работы / Е. А. Янченко - 2018. 54 с. — Режим доступа: https://edu.tusur.ru/publications/8292 (дата обращения: 20.04.2021).

12.3.2. Учебно-методические пособия для лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов

Учебно-методические материалы для самостоятельной и аудиторной работы обучающихся из числа лиц с ограниченными возможностями здоровья и 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.

Для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата:

– в форме электронного документа;
– в печатной форме.

12.4. Профессиональные базы данных и информационные справочные системы

1. Образовательный портал университета http://edu.tusur.ru.
2. При изучении дисциплины рекомендуется обращаться к базам данных, информационно-справочным и поисковым системам, к которым у ТУСУРа открыт доступ: https://lib.tusur.ru/ru/resursy/bazy-dannyh

13. Материально-техническое обеспечение дисциплины и требуемое программное обеспечение

13.1. Общие требования к материально-техническому и программному обеспечению дисциплины

13.1.1. Материально-техническое и программное обеспечение для лекционных занятий

Для проведения занятий лекционного типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации используется учебная аудитория с количеством

Согласована на портале № 50779

посадочных мест не менее 22-24, оборудованная доской и стандартной учебной мебелью. Имеются демонстрационное оборудование и учебно-наглядные пособия, обеспечивающие тематические иллюстрации по лекционным разделам дисциплины.

13.1.2. Материально-техническое и программное обеспечение для лабораторных работ

Лаборатория «Бизнес-информатика»

учебная аудитория для проведения занятий практического типа, учебная аудитория для проведения занятий лабораторного типа, помещение для курсового проектирования (выполнения курсовых работ), помещение для самостоятельной работы

634034, Томская область, г. Томск, Вершинина улица, д. 74, 407 ауд.

Описание имеющегося оборудования:

- Персональный компьютер Intel Core i5-2320 3.0 ГГц, ОЗУ – 4 Гб, жесткий диск – 500 Гб (12 шт.);
- Проектор Optoma Ex632.DLP;
- Экран для проектора Lumian Mas+Er;
- Магнитно-маркерная доска;
- Комплект специализированной учебной мебели;
- Рабочее место преподавателя.

Программное обеспечение:

– Google Chrome
– LibreOffice

13.1.3. Материально-техническое и программное обеспечение для самостоятельной работы

Для самостоятельной работы используются учебные аудитории (компьютерные классы), расположенные по адресам:

- 634050, Томская область, г. Томск, Ленина проспект, д. 40, 233 ауд.;
- 634045, Томская область, г. Томск, ул. Красноармейская, д. 146, 201 ауд.;
- 634034, Томская область, г. Томск, Вершинина улица, д. 47, 126 ауд.;
- 634034, Томская область, г. Томск, Вершинина улица, д. 74, 207 ауд.

Состав оборудования:

- учебная мебель;
- компьютеры класса не ниже ПЭВМ INTEL Celeron D336 2.8ГГц. - 5 шт.;
- компьютеры подключены к сети «Интернет» и обеспечивают доступ в электронную информационно-образовательную среду университета.

Перечень программного обеспечения:

- Microsoft Windows;
- OpenOffice;
- Kaspersky Endpoint Security 10 для Windows;
- 7-Zip;
- Google Chrome.

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

Освоение дисциплины лицами с ограниченными возможностями здоровья и инвалидами осуществляется с использованием средств обучения общего и специального назначения.

При занятиях с обучающимися **с нарушениями слуха** предусмотрено использование звукоусиливающей аппаратуры, мультимедийных средств и других технических средств приема/передачи учебной информации в доступных формах, мобильной системы преподавания для обучающихся с инвалидностью, портативной индукционной системы. Учебная аудитория, в которой занимаются обучающиеся с нарушением слуха, оборудована компьютерной техникой, аудиотехникой, видеотехникой, электронной доской, мультимедийной системой.

Согласована на портале № 50779

При занятиях с обучающимися **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 комфортного просмотра.

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

14. Оценочные материалы и методические рекомендации по организации изучения дисциплины

14.1. Содержание оценочных материалов и методические рекомендации

Для оценки степени сформированности и уровня освоения закрепленных за дисциплиной компетенций используются оценочные материалы в составе:

14.1.1. Тестовые задания

1. Мировой рынок информационно-коммуникационных технологий в последние десятилетия характеризуется рекордно высокими темпами роста. При его анализе необходимо учитывать факторы, которые оказывают влияние на его развитие. Какой из факторов не способствует росту рынка ИКТ?

а) стремительное распространение телекоммуникационной связи и Интернет-технологий

б) расширение спроса на ИКТ и их постоянная диверсификация

в) сокращение расходов на научные исследования и разработки

г) расширение географической структуры производства и потребления, увеличение масштабов производства и емкости рынка

2. По виду собираемой информации маркетинговые исследования делят на два типа: качественные и количественные. Какое из определений относится к качественным исследованиям рынка?

а) неструктурированный поисковый метод исследования, основанный на малом объеме выборки, призванный лучше понять обстановку, складывающуюся вокруг проблемы маркетингового исследования

б) описательный психологический исследовательский метод, заключающийся в целенаправленном и организованном восприятии и регистрации поведения изучаемого объекта

в) метод исследования, предназначенный для сбора информации и представления ее в количественной форме, с использованием процедур статистического анализа

г) экспериментальные или теоретические исследования, направленные на получение новых знаний без какой-либо конкретной цели, связанной с использованием этих знаний

3. Самым распространенным методом сбора данных в маркетинге считается опрос. Какой из видов опроса наиболее предпочтителен для проведения количественного исследования?

а) глубинное интервью

б) анкетирование

в) фокус-группа

г) A/B тестирование

4. Одним из методов сбора информации при проведении исследования рынков является эксперимент. Чем лабораторные эксперименты отличаются от полевых?

а) манипулированием с зависимыми и независимыми переменными

б) репрезентативностью полученных данных

в) различной средой, в которой проводится эксперимент

г) систематичностью

5. При создании инновационного ИТ-продукта важно понимать, к какому сегменту относится потенциальный потребитель по признаку индивидуальной предрасположенности к восприятию инновации. Какому из сегментов соответствует следующее определение: «потребители, которые формируют основной костяк «лидеров (источников) мнений» (opinion leaders) в большинстве социальных систем: именно к ним больше всего обращаются потенциальные реципиенты за советом и консультацией»?.

Согласована на портале № 50779

а) новаторы (innovators)

б) ранние последователи (ранние адепты, early adopters)

в) раннее большинство (early majority)

г) позднее большинство (late majority)

6. На рынках информационных систем и информационно-коммуникационных технологий используется множество типов сложных бизнес-моделей. При проведении исследования конкурентов на данных рынках важно производить их анализ. Один из распространенных видов является модель Freemium SaaS. В чем ее суть?

а) базовая версия продукта предоставляется бесплатно, а за доступ к дополнительному функционалу необходимо оплатить подписку

б) базовая версия продукта предоставляется бесплатно, а за доступ к дополнительному функционалу необходимо внести дополнительную оплату

в) доступ к ИТ-продукту (ИТ-сервису) предоставляется бесплатно в режиме онлайн

г) модель, при которой ИТ-сервис выплачивает процент с покупок, совершенных пришедшими по рекламе партнера клиентами

7. Использование на рынке информационных систем бизнес-моделей, предполагающих подписку, усложняет анализ доходности ИТ-продуктов (ИТ-сервисов). Это привело к появлению ряда показателей для расчета юнит-экономики (unit economics). Какой показатель отражает доход, который в среднем приносит один пользователь за все время пользования ИТ-продуктом?

а) ARPU

б) COGS

в) CPA

г) LTV

8. Конкуренты всегда стремятся занять господствующее положение на рынке, пользоваться теми же ресурсами, производить и продавать ту же продукцию на рынке. К какой категории конкурентов относится данное определение: «компании, которые продают аналогичные товары разным потребителям»?

а) прямые конкуренты

б) косвенные конкуренты

в) товарные конкуренты

г) межотраслевые конкуренты

9. К какому типу конкуренции относится следующая рыночная ситуация: «большое число покупателей и продавцов, не обладающих достаточной силой, чтобы повлиять на цены; недифференцированные, полностью взаимозаменяемые товары, которые продаются по ценам, определяемым соотношением между спросом и предложением (товары схожи, много товарозаменителей); полное отсутствие рыночной силы»?

а) монополистическая конкуренция

б) монопсония

в) чистая конкуренция

г) чистая монополия

10. В конце 2014 года на рынке операционных систем для персональных компьютеров наблюдалась следующая ситуация: «Доля операционных систем Windows составила 90,4%, Mac OS – 8%, GNU Linux – 1,57%» К какому типу относится данная рыночная ситуация?

а) монополистическая конкуренция

б) монопсония

в) олигополия

г) монополия

11. Результаты анализа рынка являются основой для разработки стратегии вывода на рынок нового продукта. Какую стратегию не рекомендуется использовать при выводе нового продукта начинающей ИТ-компанией на рынок при условии наличия монополии на рынке?

а) вывод продукта на существующий рынок с выделением конкурентных преимуществ

б) рассегментация рынка в качестве участника, предлагающего нишевой продукт

в) рассегментация рынка в качестве участника, предлагающего дешевый продукт

г) создание нового рынка

Согласована на портале № 50779

12. В качестве одного из инструментов анализа рынка используется методика «Анализ пяти сил Портера», которая говорит о том, что на рынке существует пять движущих сил, определяющих возможный уровень прибыли на рынке. Каждая сила в модели Портера представляет собой отдельный уровень конкурентоспособности товара. Какой из факторов не входит в модель «5 сил Портера»?

а) угроза выхода на рынок конкурентов

б) рыночная власть покупателей

в) интенсивность конкуренции

г) государственное регулирование

13. Для задания требуемой точности при расчете необходимого количества респондентов (размера выборки) используется несколько параметров. Какой параметр определяет вероятность того, что доверительный интервал накроет неизвестное истинное значение параметра, оцениваемого по выборочным данным?

а) уровень доверия

б) предел погрешности

в) дисперсия

г) размах вариации

14. Какой тип выборки предполагает отбор единиц генеральной совокупности механическим или случайным образом в отдельных группах?

а) квотная выборка

б) выборка типичных случаев

в) серийная

г) стратифицированная

15. На рынке телекоммуникационного оборудования наблюдается следующая ситуация «Произведено 3000 тыс. ед. оборудования. Импорт составил 500 тыс. ед. Экспорт – 200 тыс. ед. Остатки на складах торговых организаций на начало года – 50 тыс. ед. Остатки на складах торговых организаций на конец года – 150 тыс. ед.» Каков годовой объем данного рынка в натуральном выражении?

а) 3100 тыс. ед.

б) 3000 тыс. ед.

в) 3400 тыс. ед.

г) 3900 тыс. ед.

16. Какая ошибка допущена в формулировке вопроса анкеты для проведения исследованиярынка: «Какой мессенджер вы считаете самым удобным и безопасным?»

а) подталкивание респондента к нужному ответу

б) вопрос является множественным

в) не использует язык среды, в которой проводится исследование

г) наличие двойного отрицания

17. В рамках проведения исследования рынка для оценки брендов используется несколько критериев. В чем суть критерия «Подъемная сила бренда (Brand Leverage)»?

а) мера способности бренда доминировать в данной категории продуктов

б) способность бренда распространяться за счет увеличения количества пользователей, распространения на новые группы продуктов, новые рынки и в новом качестве

в) степень соответствия имиджа и характера бренда нуждам и желаниям покупателей

г) степень известности бренда

18. Способность спроса на товар реагировать на изменение цены, происходящее на данном рынке за определенный период времени при прочих равных условиях, называется эластичностью спроса по цене. При каких обстоятельствах будет наблюдаться неэластичный спрос?

а) товар имеет множество заменителей

б) на рынке наблюдается высокий уровень конкуренции между продавцами

в) покупатели не сразу замечают повышение цены на общем инфляционном фоне

г) покупатели не считают, что повышение цены оправдано улучшением качества товара

19. В процессе ценообразования производится анализ ценообразующих факторов. По мере развития рынка, насыщения его товарами и услугами, роль конъюнктурных факторов возрастает.

Согласована на портале № 50779

Роль какой группы факторов при этом снижается?

а) базовые

б) регулирующие

в) политические

г) сезонные

20. При проведении конкурентного анализа в маркетинге часто используется такой инструмент как карта позиционирования. Из какого источника наиболее целесообразно получить информацию для формирования перечня ключевых параметров разделения товаров при построении карты позиционирования?

а) бенчмаркинг

б) экспертные отчеты

в) статистические отчеты

г) опрос потребителей

14.1.2. Экзаменационные вопросы

1) Венчурный бизнес, стартап, жизненный цикл инновационной компании, отличия от традиционного бизнеса.

2) Стартап и бизнес-модель, основные составляющие бизнес-модели.

3) Customer development, lean startup и сферы применения этих методологий.

4) Дайте определение маркетинговых исследований, перечислите и раскройте содержание основных принципов маркетинговых исследований и возможных вариантов классификации.

5) Дайте определение кабинетных и полевых исследований, обозначьте основные отличия между ними, опишите их основные достоинства и недостатки.

6) Дайте определение качественным и количественным исследованиям рынка, перечислите основные отличия в их проведении. Дайте определение генеральной совокупности, выборки и репрезентативности выборки. Перечислите и опишите основные типы выборок. Дайте определение предела погрешности и уровня доверия. Перечислите и опишите основные виды полевых исследований

7) Опишите классификацию потребителей относительно их особенностей восприятия новых технологий. Раскройте характеристики и роль ранневангелистов в развитии стартапа.

8) Дайте определение конкурента. Перечислите основные типы конкурентов. Перечислите и охарактеризуйте основные типы конкуренции. Приведите примеры. Дайте определение «алым» и «голубым» океанам, перечислите и раскройте содержание основных путей создания «голубых» океанов.

9) Перечислите и опишите основные стратегии относительно соотношения «рынок-продукт» и основные способы определения соответствующей стратегии.

10) Юридические лица, обязательные атрибуты, виды ЮЛ.

11) Бухгалтерский и налоговый учет, основные системы налогообложения.

12) Интеллектуальная собственность, авторские права, способы защиты промышленной интеллектуальной собственности.

13) Инвестиции, классическая инвестиционная схема стартапа, виды инвесторов.

14) Состояние и тенденции развития рынка венчурных инвестиций в РФ, венчурные фонды.

15) Структура плана движения денежных средств, примеры доходных и расходных статей по каждому виду деятельности предприятия.

16) Структура прогнозного отчета о прибылях и убытках, прогнозный баланс.

17) Оценка эффективности инвестиций: основные показатели и их интерпретация.

18) Модели монетизации IT-проектов: подписка. Примеры.

19) Модели монетизации IT-проектов: транзакционная и прямые продажи. Примеры.

20) Модели монетизации IT-проектов: рекламная. Примеры.

14.1.3. Темы индивидуальных заданий

Оценка тенденций в отрасли IT-рынка

14.1.4. Темы лабораторных работ

Сегментирование ИКТ-рынка

Анализ конкурентной ситуации

Согласована на портале № 50779

Подготовка пакета документов для регистрации юридического лица
Расчет прогнозного отчета о прибылях и убытках

14.2. Требования к оценочным материалам для лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов

Для лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов предусмотрены дополнительные оценочные материалы, перечень которых указан в таблице 14.

Таблица 14 – Дополнительные материалы оценивания для лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов

Категории обучающихся	Виды дополнительных оценочных материалов	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 материалам для лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов

Для лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов 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.

Лицам с ограниченными возможностями здоровья и инвалидам увеличивается время на подготовку ответов на контрольные вопросы. Для таких обучающихся 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 лиц с ограниченными возможностями здоровья и 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.

Согласована на портале № 50779

При необходимости для лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов процедура оценивания результатов обучения может проводиться в несколько этапов.