МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования

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

УТВЕРЖДАЮ
Директор департамента образования
_____ П. Е. Троян
«___» _____ 20__ г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Организация бизнеса на рынках программных продуктов

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**
Семестр: **6**
Учебный план набора 2015 года

Распределение рабочего времени

№	Виды учебной деятельности	6 семестр	Всего	Единицы
1	Лекции	18	18	часов
2	Лабораторные работы	18	18	часов
3	Всего аудиторных занятий	36	36	часов
4	Самостоятельная работа	36	36	часов
5	Всего (без экзамена)	72	72	часов
6	Подготовка и сдача экзамена	36	36	часов
7	Общая трудоемкость	108	108	часов
		3.0	3.0	З.Е.

Экзамен: 6 семестр

Томск 2018

Согласована на портале № 39789

Рассмотрена и одобрена на заседании кафедры
протокол № 318 от « 3 » 7 2018 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:
доцент каф. АОИ _____ А. А. Ефимов

Заведующий обеспечивающей каф.
АОИ _____ Ю. П. Ехлаков

Рабочая программа дисциплины согласована с факультетом и выпускающей кафедрой:

Декан ФСУ _____ П. В. Сенченко

Заведующий выпускающей каф.
АОИ _____ Ю. П. Ехлаков

Эксперты:

Доцент кафедры автоматизации обработки информации (АОИ) _____ А. А. Сидоров

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

Согласована на портале № 39789

1. Цели и задачи дисциплины

1.1. Цели дисциплины

ознакомление студентов со всеми этапами процесса организации бизнеса на специфическом рынке – рынке производства программной продукции, а также детализация каждого из этих этапов

1.2. Задачи дисциплины

– - привить студентам теоретические и практические навыки по организации бизнеса на рынке программной продукции (как по созданию, так и по продвижению ПП), ознакомить с основами и принципами организации бизнеса, практическими аспектами деятельности организаций;

– - научить выполнять необходимые действия по выбору необходимой организационно-правовой формы деятельности организации, определять необходимый комплект нормативно-правовой документации по обеспечению деятельности, иметь представление о законодательных и рыночных нормативах организации деятельности и принципах управления организацией, осуществлять планирование ведения бизнеса в целях получения конечного результата.

–

2. Место дисциплины в структуре ОПОП

Дисциплина «Организация бизнеса на рынках программных продуктов» (Б1.В.ДВ.3.1) относится к блоку 1 (вариативная часть).

Предшествующими дисциплинами, формирующими начальные знания, являются: IT-маркетинг, Практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности.

Последующими дисциплинами являются: IT-бизнес и инновации, Моделирование бизнес-процессов.

3. Требования к результатам освоения дисциплины

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

– ПК-2 проведение исследования и анализа рынка информационных систем и информационно-коммуникативных технологий;

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

В результате изучения дисциплины обучающийся должен:

– **знать** • основные ИС и ИКТ управления бизнесом; • рынки программно-информационных продуктов и услуг;

– **уметь** • моделировать, анализировать и совершенствовать бизнес-процессы; • выбирать рациональные ИС и ИКТ для управления бизнесом; • систематизировать и обобщать информацию; • организовывать и проводить исследования в области экономики, управления и ИКТ; • разрабатывать конкретные предложения по результатам исследований; • готовить справочно-аналитические материалы для принятия управленческих решений;

– **владеть** • методами рационального выбора ИС и ИКТ для управления бизнесом; • методами организации продаж, • методами функционального моделирования процессов деятельности, • методами организации бизнеса.

4. Объем дисциплины и виды учебной работы

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3.0 зачетных единицы и представлена в таблице 4.1.

Таблица 4.1 – Трудоемкость дисциплины

Виды учебной деятельности	Всего часов	Семестры
		6 семестр
Аудиторные занятия (всего)	36	36
Лекции	18	18
Лабораторные работы	18	18
Самостоятельная работа (всего)	36	36

Согласована на портале № 39789

Оформление отчетов по лабораторным работам	6	6
Подготовка к лабораторным работам	12	12
Проработка лекционного материала	8	8
Самостоятельное изучение тем (вопросов) теоретической части курса	10	10
Всего (без экзамена)	72	72
Подготовка и сдача экзамена	36	36
Общая трудоемкость, ч	108	108
Зачетные Единицы	3.0	3.0

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 Основные положения маркетинга на рынке программных продуктов	2	6	10	18	ПК-2, ПК-27
2 Организация бизнеса	6	0	6	12	ПК-27
3 Финансово-экономические основы ведения бизнеса	6	6	10	22	ПК-2, ПК-27
4 Нормативно-правовые основы ведения бизнеса	4	6	10	20	ПК-2, ПК-27
Итого за семестр	18	18	36	72	
Итого	18	18	36	72	

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 Основные положения маркетинга на рынке программных продуктов	Основные понятия и особенности промышленного рынка ПП; классификация ПП; сегментирование рынка потребителей; позиционирование ПП; продвижение ПП.	2	ПК-2
	Итого	2	
2 Организация бизнеса	Создание и регистрация предприятия; модели и системы управления организацией; основы управления программными проектами; командообразование.	6	ПК-27

Согласована на портале № 39789

	Итого	6	
3 Финансово-экономические основы ведения бизнеса	Основные понятия и определения; бюджет как основа планирования деятельности предприятия; анализ финансовой деятельности; основы ценообразования; формирование договорной цены; определение рыночной цены; оценка рыночной стоимости; экономическая эффективность вложений в разработку ПП.	6	ПК-2
	Итого	6	
4 Нормативно-правовые основы ведения бизнеса	Стандарты и процессы жизненного цикла создания программных продуктов и их документирования; базовые стандарты оценки качества ПП; правовое регулирование охраны и защиты прав на ПП.	4	ПК-27
	Итого	4	
Итого за семестр		18	

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
Предшествующие дисциплины				
1 IT-маркетинг	+			
2 Практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности			+	+
Последующие дисциплины				
1 IT-бизнес и инновации		+	+	+
2 Моделирование бизнес-процессов		+		

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.	
ПК-2	+	+	+	Экзамен, Отчет по лабораторной работе, Опрос на занятиях, Тест

Согласована на портале № 39789

ПК-27	+	+	+	Экзамен, Отчет по лабораторной работе, Опрос на занятиях, Тест

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			
1 Основные положения маркетинга на рынке программных продуктов	Актуальность, описание и оценка рынка. Анализ конкурентов и рроверка гипотез.	6	ПК-2
	Итого	6	
3 Финансово-экономические основы ведения бизнеса	Бизнес-модель, бизнес-план и стратегия позиционирования.Формирование требования к продукту.	6	ПК-2, ПК-27
	Итого	6	
4 Нормативно-правовые основы ведения бизнеса	Документальное обеспечение бизнес-процессов и источники финансирования проекта.	6	ПК-2, ПК-27
	Итого	6	
Итого за семестр		18	

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
6 семестр				
1 Основные положения маркетинга на рынке программных продуктов	Самостоятельное изучение тем (вопросов) теоретической части курса	2	ПК-2, ПК-27	Опрос на занятиях, Отчет по лабораторной работе, Тест
	Проработка лекционного материала	2		
	Подготовка к лабораторным работам	4		
	Оформление отчетов по лабораторным работам	2		
	Итого	10		
2 Организация бизнеса	Самостоятельное изучение тем (вопросов) тео-	4	ПК-27	Опрос на занятиях, Тест

Согласована на портале № 39789

	ретической части курса			
	Проработка лекционного материала	2		
	Итого	6		
3 Финансово-экономические основы ведения бизнеса	Самостоятельное изучение тем (вопросов) теоретической части курса	2	ПК-2, ПК-27	Опрос на занятиях, Отчет по лабораторной работе, Тест
	Проработка лекционного материала	2		
	Подготовка к лабораторным работам	4		
	Оформление отчетов по лабораторным работам	2		
	Итого	10		
4 Нормативно-правовые основы ведения бизнеса	Самостоятельное изучение тем (вопросов) теоретической части курса	2	ПК-2, ПК-27	Опрос на занятиях, Отчет по лабораторной работе, Тест, Экзамен
	Проработка лекционного материала	2		
	Подготовка к лабораторным работам	4		
	Оформление отчетов по лабораторным работам	2		
	Итого	10		
Итого за семестр		36		
	Подготовка и сдача экзамена	36		Экзамен
Итого		72		

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				
Опрос на занятиях	20	20	30	70
Итого максимум за период	20	20	30	70
Экзамен				30
Нарастающим итогом	20	40	70	100

Согласована на портале № 39789

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)
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. Волкова, В.Н. Системный анализ информационных комплексов. [Электронный ресурс] — Электрон. дан. — СПб. [Электронный ресурс]: Лань, 2016. — 336 с. - Режим доступа: http://e.lanbook.com/book/75506 (дата обращения: 21.08.2018).

12.2. Дополнительная литература

1. Информационные технологии и программные продукты: рынок, экономика, нормативно-правовое регулирование: учебное пособие / Ю. П. Ехлаков; Федеральное агентство по образованию, Томский государственный университет систем управления и радиоэлектроники. - Томск: ТУСУР, 2007 (наличие в библиотеке ТУСУР - 150 экз.)

2. Ехлаков Ю.П. Организация бизнеса на рынке программных продуктов: учебник / Ю.П. Ехлаков; Министерство образования и науки Российской Федерации, Томский государственный университет систем управления и радиоэлектроники (Томск). - Томск: ТУСУР, 2012. - 312 с. (наличие в библиотеке ТУСУР - 20 экз.)

12.3. Учебно-методические пособия

12.3.1. Обязательные учебно-методические пособия

1. Ефимов, А. А. Организация бизнеса на рынках программных продуктов [Электронный ресурс]: Методические указания к лабораторным работам и организации самостоятельной работы для студентов направления «Бизнес-информатика» (уровень бакалавриата) [Электронный ресурс] / А. А. Ефимов. — Томск ТУСУР, 2018. — 16 с. - Режим доступа: https://edu.tusur.ru/publications/8346 (дата обращения: 21.08.2018).

Согласована на портале № 39789

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), электронные информационно-справочные ресурсы вычислительных залов кафедры АОИ.
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 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 «Программная инженерия»

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, 409 ауд.

Описание имеющегося оборудования:

- Персональный компьютер Intel Core i3-6300 3.2 ГГц, ОЗУ – 8 Гб, жесткий диск – 500 Гб (10 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
- Microsoft Windows 10
- Mozilla Firefox
- Система ГАРАНТ, каф. АОИ

Согласована на портале № 39789

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
– Microsoft Windows 10
– Mozilla Firefox
– Система ГАРАНТ, каф. АОИ

Лаборатория «Информатика и программирование»

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, 428 ауд.

Описание имеющегося оборудования:

- Персональный компьютер Intel Core 2 Duo E6550 2.3 ГГц, ОЗУ – 2 Гб, жесткий диск – 250 Гб (14 шт.);
- Меловая доска;
- Комплект специализированной учебной мебели;
- Рабочее место преподавателя.

Программное обеспечение:

– Google Chrome
– Microsoft Windows 7 Pro
– Mozilla Firefox
– Система ГАРАНТ, каф. АОИ

Лаборатория «Распределенные вычислительные системы»

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, 432а ауд.

Описание имеющегося оборудования:

- Персональный компьютер Intel Core i5-3330 3.0 ГГц, ОЗУ – 4 Гб, жесткий диск – 500 Гб (12 шт.);
- Меловая доска;
- Комплект специализированной учебной мебели;
- Рабочее место преподавателя.

Программное обеспечение:

– Mozilla Firefox
– Система ГАРАНТ, каф. АОИ

13.1.3. Материально-техническое и программное обеспечение для самостоятельной работы

Для самостоятельной работы используются учебные аудитории (компьютерные классы),

Согласована на портале № 39789

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.

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

Для ПК-2: проведение исследования и анализа рынка информационных систем и информационно-коммуникативных технологий.

1. Что необходимо использовать для анализа рыночной ситуации?

1.1. использовать маркетинговые исследования и систему маркетинговой информации;

1.2. использовать вторичную информацию о рынке;

1.3. использовать только систему маркетинговой информации.

1.4. использовать готовые аналитические материалы

2. В каких целях проводят маркетинговые исследования?

2.1. снижения репутационного риска;

2.2. уменьшения трансакционных издержек;

Согласована на портале № 39789

2.3. уменьшения неопределенности при принятии маркетинговых решений.
2.4. повышения вероятности появления прибыли

3. К чему относится определение факторов успеха и конкурентных преимуществ?
3.1. анализу рынка;
3.2. конкурентному анализу;
3.3. анализу потребительских предпочтений.
3.4. анализу технических решений

4. Что отражает показатель эффективности маркетинга?
4.1. величину «отдачи» на единицу маркетинговых расходов;
4.2. увеличение объема продаж;
4.3. снижение маркетинговых расходов.
4.4. увеличение продаж на фоне неизменной структуры рынка

5. Что позволяет выполнить матрица целесообразности инвестирования в развитие товара?
5.1 позволяет обосновать решения в области расширения производства товара или его модификации.
5.2 позволяет позиционировать находящиеся в разработке товары, выбрать наиболее перспективные и сосредоточить усилия и ресурсы на их коммерциализацию.
5.3. позволяет позиционировать продукцию, стратегически планировать и управлять.
5.4. провести конкурентный анализ

6. Что позволяет выполнить матрица конкурентных преимуществ?
6.1. позволяет разработать продуктовую политику.
6.2. позволяет разработать политику продвижения;
6.3. позволяет разработать политику распределения.
6.4. провести анализ спроса и предложения

7. К каким задачам относится рассмотрение технико-технологических альтернатив и оценки их результативности?
7.1. коммерческого анализа;
7.2. финансового анализа;
7.3. технического анализа.
7.4. планирования.

8. К чему относятся эти элементы: проведение маркетингового исследования, подготовка программы выпуска продукции, разработка технических решений?
8.1. формирование инвестиционного замысла;
8.2. исследование инвестиционных возможностей;
8.3. технико-экономическое обоснование проекта;
8.4. инвестиционное предложение.

9. Что подразумевает под собой учет влияния проекта на расходы (доходы) бюджета?
9.1. коммерческая эффективность;
9.2. бюджетная эффективность;
9.3. экономическая эффективность.
9.4. ни что не означает

10. Что не относится к финансовым критериям оценки инвестиционных проектов?
10.1 размер инвестиций;
10.2 ожидаемая норма чистой прибыли;

Согласована на портале № 39789

10.3. срок отдачи капитала
10.4. устойчивость положения организации.

11. На что должны быть направлены усилия при разрастании рынка и конкуренции?
11.1 защитную стратегию;
11.2. лицензионную стратегию;
11.3. пионерскую (новаторскую) стратегию.
11.4. стратегию агрессивного захвата рынка

12. К какому документу относится подготовка инвестиционного предложения для потенциального инвестора?
12.1 инвестиционного замысла;
12.2. исследования инвестиционных возможностей;
12.3. технико-экономическое обоснование проекта.
12.4. бизнес-планирование

13. Что отражает хозяйственная экономическая эффективность?
13.1 учитывает финансовые последствия;
13.2 учитывает влияние проекта на бюджет;
13.3. отражает эффективность проекта с точки зрения всего национального хозяйства и для регионов и для отраслей;
13.4. ничего не отражает

14. Как называется период, начиная с которого первоначальные вложения покрываются суммарными результатами его осуществления?
14.1. срок окупаемости;
14.2. момент покрытия;
14.3. горизонт расчета;
14.4. срок возврата инвестиций.

15. Что должно включать в свой состав автоматизированное рабочее место (АРМ) маркетолога?
15.1 специализированное программное обеспечение закрытого доступа
15.2.методическая и аналитическая литература
15.3 доступ в интернет
15.4 персональный компьютер и некоторые внешние устройства согласно специфике работы маркетолога

16. Что означает определение: автоматизированная система, представляющая совокупность информационных, технических, программных средств и персонала, обеспечивающих информационное обслуживание?
16.1. CASE-средства
16.2. банк данных
16.3. Oracle-системы
16.4. функциональные бизнес-процессы

17. Что такое Автоматизированное рабочее место маркетолога?
17.1. проектно-технический набор инструментария
17.2. производственно-технологические, социально-экономические и организационно-хозяйственные элементы управления
17.3. совокупность методических, языковых, аппаратных и программных средств, обеспечивающих автоматизацию функций пользователя- маркетолога
17.4. совокупность технических, программных и информационных ресурсов, обеспечивающая конечному пользователю обработку данных и автоматизацию управленческих функций в кон-

Согласована на портале № 39789

кретной предметной области

18. На какой стадии осуществляется анализ производственных и управленческих процессов при создании ИС и ИТ?

18.1. предпроектной;

18.2. эскизной;

18.3. проектной;

18.4. аналитической

19. Что представляет из себя бизнес-план?

19.1. совокупность данных, организованных по определенным правилам, предусматривающим общие принципы описания, хранения и манипулирования данными;

19.2. программа деятельности организации (предприятия), план конкретных мер по достижению конкретных целей;

19.3. свод экономической информации, который дает возможность выявить отношения между смысловыми значениями элементов системы;

19.4. упорядоченные бизнес-процессы проекта компании

20. Какую возможность предоставляет глобальная сеть Интернет маркетологу?

20.1. получения дополнительной информации из внешних источников;

20.2. автоматизированная проверка подлинности сведений;

20.3. автоматизация выполнения должностных функций сотрудника;

20.4. прогнозирование покупательского спроса

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

1. Процесс перевода новации в инновацию требует затрат. Какие из них основные?

1.1 финансы и информация;

1.2 труд и капитал;

1.3 инвестиции и время.

1.4. время и информация.

2. Какие основные компоненты должен включать в себя маркетинг инноваций?

2.1 инвестиции, новшества, время;

2.2 новшества, инвестиции, информация;

2.3 новшества, инвестиции, нововведения.

2.4. нововведение, время, инвестиции

3. Что включает в себя сфера маркетинга инноваций?

3.1 рынок чистой конкуренции, рынок капитала, рынок новаций;

3.2 рынок чистой конкуренции, рынок технологий;

3.3 рынок услуг, рынок технологий.

3.4. рынок труда, рынок капитала

4. Кто становится преобладающим субъектом маркетинга инноваций в условиях рыночной экономики?

4.1. менеджер;

4.2. предприниматель;

4.3. научный сотрудник.

4.4. государственный служащий

5. К какому типу инноваций можно отнести реализацию на практике нового способа решения проблемы покупателя, что приносит выгоду, как покупателю, так и компании, внедряющей инновацию.

5.1 процессная;

Согласована на портале № 39789

5.2. продуктовая;
5.3 стратегическая;
5.4. тактическая.

6. Что можно считать результатом маркетинга инноваций?
6.1 оценка рыночного потенциала;
6.2. оценка конкурентоспособности нового товара;
6.3. оценка рыночного поведения потенциального покупателя.
6.4. оценка параметров инвестиций.

7. Как принято называть процесс введения инновации на рынок, учитывая международные практики?
7.1 инновационный менеджмент;
7.2 инновационный процесс;
7.3 процесс коммерциализации.
7.4. процесс обновления

8. В какой последовательности формируется стадии жизненного цикла инновации?
8.1 зарождение; трансферт; освоение; рутинизация.
8.2 зарождение; освоение; диффузия; рутинизация;
8.3 зарождение; трансферт; освоение.
8.4. зарождение; рост, трансферт; диффузия

9. Какие последовательные этапы проходит процесс принятия решения потребителем?
9.1 осознание потребности, поиск информации, оценка альтернатив, выбор альтернативы, переоценка подходящей альтернативы;
9.2 осознание потребности, оценка альтернатив, переоценка подходящей альтернативы.
9.3 поиск информации, осознание потребности, оценка альтернатив и переоценка подходящей альтернативы.
9.4. поиск информации, осознание потребности, оценка альтернатив, переоценка подходящей альтернативы.

10. Какой тип потребителей представляет собой самую большую численность потенциальных покупателей инновационного продукта?
10.1 прогрессисты;
10.2 новаторы;
10.3. скептики;
10.4. рационализаторы

11. Какие факторы влияют на репутационный риск большинства инновационных продуктов?
11.1 сложность формы и содержания;
11.2 необходимость нового знания;
11.3 несоответствие цены и качества;
11.4 отсутствие целевой аудитории

12. Какая самая распространенная ценовая стратегия применятся в мире среди производителей инновационного продукта?
12.1 стратегия «снятия сливок»;
12.2 стратегия проникновения на рынок;
12.3 стратегия престижных цен.
12.4. стратегия следования за лидером

Согласована на портале № 39789

13. Какой параметр можно определить, если измерить степень реакции покупателя на изменение цен или уровень доходов?

13.1 эластичность спроса.

13.2 валатильность рынка;

13.3 гибкость изменений;

13.4 ничего не позволит определить.

14. Рынок инноваций подвержен множеству изменений и характеризуется своими особенностями. Какими специфичными особенностями обладает рынок инноваций?

14.1. рыночной и технологической неопределенности.

14.2. только рыночной неопределенности;

14.3. неопределенность поведения потребителей.

14.4. организационно-экономической неопределенности.

15. Как верно назвать процесс, когда производится передача технологий от одного подразделения организации к другому?

15.1 квазивнутренний трансферт;

15.2. внутренний трансферт;

15.3. внешний трансферт.

15.4. поручение

16. Как верно назвать процесс, когда происходит распространение технологии с участием независимых разработчиков и потребителей?

16.1 квазивнутренний трансферт;

16.2 внутренний трансферт;

16.3 внешний трансферт.

16.4. поручение

17. С помощью каких средств возможно эффективно осуществлять финансирование коммерческого трансферта технологий?

17.1 Роялти. Услуги банков рисковых капиталов. Франчайзинг. Биржи технологий. Совместные предприятия.

17.2 Роялти. Услуги банков рисковых капиталов. Биржи технологий. Совместные предприятия.

17.3. Роялти. Франчайзинг. Биржи технологий. Совместные предприятия.

17.4. Роялти. Патентирование. Совместные предприятия. Займы. Субсидии

18. Как можно охарактеризовать комплекс мер по стимулированию, разработке, управлению и контролю процессов инновационной деятельности?

18.1 инновационная деятельность;

18.2 инновационная стратегия;

18.3 инновационная политика.

18.4. инновационная тактика

19. Какие методы на практике наиболее эффективно позволяют воздействовать на научную и инновационную деятельность?

19.1. прямого и косвенного регулирования;

19.2. нормативно-правового регулирования;

19.3 только косвенного регулирования.

19.4. экономического регулирования.

20. К какой государственной инновационной стратегии необходимо относить признание научной и инновационной деятельности как главной составляющей экономического роста?

20.1 стратегия активного вмешательства;

Согласована на портале № 39789

20.2. стратегия децентрализованного регулирования;

20.3. смешанная стратегия.

20.4. стратегия наблюдения и мониторинга.

14.1.2. Экзаменационные вопросы

1. Дайте определение бизнеса. Охарактеризовать отличие и особенности бизнеса на рынке программной продукции от классических видов бизнеса

2. Перечислить и охарактеризовать необходимые и достаточные условия и требования для организации бизнеса на рынке программной продукции

3. Перечислить и охарактеризовать участников бизнеса на рынке программной продукции

4. Перечислить и охарактеризовать стадии жизненного цикла развития проектов в сфере бизнеса программной продукции

5. Какие нормативно-правовые условия должны быть соблюдены для организации бизнеса?

6. Какие организационно-экономические условия должны быть соблюдены для организации бизнеса?

7. Перечислите меры, необходимые для защиты объектов интеллектуальной собственности в момент организации бизнеса и его дальнейшего функционирования

8. Какие рекламно-информационные условия должны быть соблюдены для организации бизнеса?

9. Охарактеризуйте известные технологии и подходы к построению бизнеса.

10. Опишите назначение, раскройте особенности и порядок применения методологии Business Model Canvas

11. Опишите назначение, раскройте особенности и порядок применения методологии Customer Development

12. Опишите назначение, раскройте особенности и порядок применения методологии Lean StartUp

13. Какие продуктово-технологические условия должны быть соблюдены для организации бизнеса?

14. Опишите роль, значение и модели взаимодействия с партнерами бизнеса.

15. Приведите возможную структуру затрат бизнеса. Опишите его ключевые элементы. Опишите назначение и правила построения финансовой модели.

16. Приведите возможные источники доходов бизнеса. Опишите их. Опишите назначение и правила построения финансовой модели.

17. Опишите понятие пользовательских сегментов. Покажите порядок и способы их определения. Какими характеристиками они обладают?

18. Дайте характеристику целевой аудитории. Какими характеристиками она обладает? В каких целях необходимо исследовать целевую аудиторию?

19. Раскройте суть понятия «покупательское поведение» целевой аудитории? Раскройте стадии жизненного цикла покупательского поведения и о чем они свидетельствуют?

20. Опишите возможные каналы поставок, каналы продвижения и каналы информационного взаимодействия в бизнесе. Раскройте суть, содержание и виды стратегий продвижения программной продукции.

21. Опишите модели взаимодействия с заказчиками, исполнителями, посредниками на рынке программной продукции.

22. Перечислите и охарактеризуйте возможные ресурсы для ведения бизнеса, ценностные предложения и ключевые активности.

23. Раскройте суть и содержание стратегии позиционирования программной продукции на рынке. Перечислите и раскройте виды.

24. Каким образом проверяется (оценивается) бизнес-идея на предмет потенциала ее коммерциализации? Опишите процесс на примере.

14.1.3. Темы опросов на занятиях

Основные положения маркетинга на рынке программных продуктов

Организация бизнеса

Финансово-экономические основы ведения бизнеса

Нормативно-правовые основы ведения бизнеса

Согласована на портале № 39789

14.1.4. Темы лабораторных работ

1. Система автоматизации курьерской доставки по модели Uber.
2. Программно-аппаратный комплекс распознавания животных и управление доступом в дом для них.
3. Программно-аппаратный комплекс для офисных агро-ферм.
4. Система автоматического проектирования микропроцессорных плат.
5. Комплексная автоматизация частных жилых домов.

14.1.5. Методические рекомендации

Темы для самостоятельного изучения:

1. Международная теория и практика организации бизнеса на рынке программных продуктов.
2. Международные и российские стандарты, применительно к процессам деятельности: основные положения и их реализация.
3. Маркетинга ИТ-продуктов, как неотъемлемой части бизнеса, связанного с разработкой и продажами ПП.

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;

Согласована на портале № 39789

– 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.

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

Согласована на портале № 39789