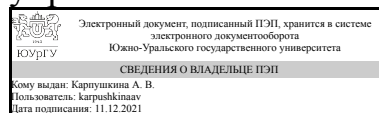


ЮЖНО-УРАЛЬСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

УТВЕРЖДАЮ:
Директор института
Высшая школа экономики и
управления



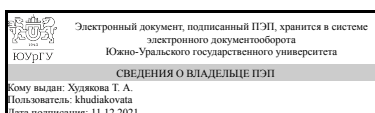
А. В. Карпушкина

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

дисциплины 1.Ф.17 Рынок информационных продуктов и услуг
для направления 09.03.03 Прикладная информатика
уровень Бакалавриат
форма обучения заочная
кафедра-разработчик Цифровая экономика и информационные технологии

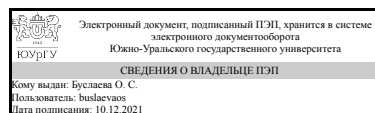
Рабочая программа составлена в соответствии с ФГОС ВО по направлению подготовки 09.03.03 Прикладная информатика, утверждённым приказом Минобрнауки от 19.09.2017 № 922

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



Т. А. Худякова

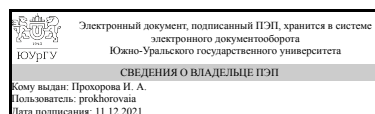
Разработчик программы,
к.техн.н., доцент



О. С. Буслеева

СОГЛАСОВАНО

Руководитель направления
к.техн.н., доц.



И. А. Прохорова

1. Цели и задачи дисциплины

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

Краткое содержание дисциплины

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

2. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины

Планируемые результаты освоения ОП ВО (компетенции)	Планируемые результаты обучения по дисциплине
ПК-6 Способность составлять технико-экономическое обоснование проектных решений и техническое задание на разработку информационной системы.	Знает: Основы теории маркетинга и современных тенденций ее развития; теоретические основы и закономерности функционирования рыночной экономики. Умеет: Ориентироваться в маркетинговой информации на рынке информационных продуктов и услуг; системно оценивать рыночную ситуацию и разрабатывать адекватный

	комплекс маркетинговых мероприятий. Имеет практический опыт: Использования теоретических основ и закономерностей функционирования рыночной экономики для составления технико-экономического обоснования проектных решений и технического задания на разработку информационной системы.
ПК-15 Способность осуществлять презентацию информационной системы и обучение пользователей информационных систем.	Знает: Основы теории маркетинга и современных тенденций ее развития; теоретические основы и закономерности функционирования рыночной экономики; методы проведения анализа маркетинговой информации Умеет: Осуществлять презентацию информационной системы, используя основы теории маркетинга, знания современного состояния рынка информационных продуктов и услуг и информационных технологий. Имеет практический опыт: Разработки рекомендаций по использованию информационной системы
ПК-17 Способностью готовить обзоры научной литературы и электронных информационно-образовательных ресурсов для профессиональной деятельности.	Знает: Требования по оформлению обзоров научной литературы. Умеет: Ориентироваться в маркетинговой информации на рынке информационных продуктов и услуг; анализировать процессы и явления, происходящие в обществе. Имеет практический опыт: Подготовки обзоров научной литературы для профессиональной деятельности.

3. Место дисциплины в структуре ОП ВО

Перечень предшествующих дисциплин, видов работ учебного плана	Перечень последующих дисциплин, видов работ
1.Ф.01 Деловой иностранный язык, 1.Ф.20 Бухгалтерский учет	1.Ф.12 Информационный менеджмент

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

Дисциплина	Требования
1.Ф.01 Деловой иностранный язык	Знает: Основные фонетические, лексико-грамматические, стилистические особенности изучаемого языка и его отличие от родного языка., Основы межкультурной деловой коммуникации, основные принципы поведения в поликультурном социуме для решения учебно-деловых задач., Структуру и правила оформления обзоров научной литературы на иностранном языке., Основные особенности зарубежной системы образования в области

	<p>избранной профессии; особенности собственного стиля овладения предметными знаниями; основные параметры языка конкретной специальности в деловом общении</p> <p>Умеет: Создавать адекватные в условиях конкретной ситуации общения устные и письменные тексты., Проявлять толерантность, эмпатию, открытость и дружелюбие при общении с представителями другой культуры; предупреждать возникновение стереотипов, предубеждений по отношению к собственной культуре; выступать в роли медиатора культур., Готовить обзоры научной литературы и электронных информационно-образовательных ресурсов для профессиональной деятельности на иностранном языке., Создавать устные и письменные тексты, соответствующие конкретной ситуации делового общения; реализовать коммуникативное намерение с целью воздействия на партнера по деловому общению. Имеет практический опыт: Документирования на иностранном языке процессов создания информационных систем на стадиях жизненного цикла., Эффективного сотрудничества с людьми с учетом их социокультурных особенностей в целях успешного выполнения учебно-деловых задач., Оформления списка используемой литературы на иностранном языке., Использования стратегий рефлексии и самооценки в целях самосовершенствования личных качеств и достижений; презентационных технологий для предъявления информации; владения исследовательскими технологиями для выполнения проектных заданий.</p>
1.Ф.20 Бухгалтерский учет	<p>Знает: Основы теории бухгалтерского учета., Правила учета затрат на внедрение информационных систем. Умеет: Составлять экономическое обоснование проектных решений на разработку информационной системы., Вести учет расчетов с поставщиками и подрядчиками при внедрении информационных систем. Имеет практический опыт: Бухгалтерской финансовой отчетности. , Формирования финансовой отчетности.</p>

4. Объём и виды учебной работы

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 з.е., 108 ч., 18,25 ч. контактной работы

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

		7
Общая трудоёмкость дисциплины	108	108
<i>Аудиторные занятия:</i>	12	12
Лекции (Л)	4	4
Практические занятия, семинары и (или) другие виды аудиторных занятий (ПЗ)	8	8
Лабораторные работы (ЛР)	0	0
<i>Самостоятельная работа (СРС)</i>	89,75	89,75
с применением дистанционных образовательных технологий	0	
маркетинговые исследования на рынке ИКТ	25,75	25.75
Комплексная оценка качества информационных продуктов и услуг	30	30
ценообразование на программный продукт	34	34
Консультации и промежуточная аттестация	6,25	6,25
Вид контроля (зачет, диф.зачет, экзамен)	-	зачет

5. Содержание дисциплины

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

5.1. Лекции

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

5.2. Практические занятия, семинары

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

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

5.3. Лабораторные работы

Не предусмотрены

5.4. Самостоятельная работа студента

Выполнение СРС			
Подвид СРС	Список литературы (с указанием разделов, глав, страниц) / ссылка на ресурс	Семестр	Кол-во часов
маркетинговые исследования на рынке ИКТ	электронные ресурсы Интернет	7	25,75
Комплексная оценка качества информационных продуктов и услуг	остров, А.В. Основы информационного менеджмента. [Электронный ресурс] — Электрон. дан. — М. : Финансы и статистика, 2009, гл. 11-13	7	30
ценообразование на программный продукт	Бунова, Е. В. Оценка эффективности разработки и внедрения информационных систем Текст учеб. пособие Е. В. Бунова, О. С. Буслаева ; под ред. В. В. Мокеева ; Юж.-Урал. гос. ун-т, Каф. Информ. системы ; ЮУрГУ. - Челябинск: Издательство ЮУрГУ, 2008.	7	34

6. Текущий контроль успеваемости, промежуточная аттестация

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

6.1. Контрольные мероприятия (КМ)

№ КМ	Се-местр	Вид контроля	Название контрольного мероприятия	Вес	Макс. балл	Порядок начисления баллов	Учитывается в ПА
1	7	Текущий контроль	Теоретические вопросы исследования	1	8	Для подготовки к докладу студентам выдаются темы для самостоятельного изучения. Доклад по теме готовится	зачет

			рынка программного обеспечения			индивидуально. Защита доклада сопровождается презентацией, ответами на вопросы. При оценивании результатов мероприятия используется балльно-рейтинговая система оценивания результатов учебной деятельности обучающихся (утверждена приказом ректора от 24.05.2019 г. № 179) Показатели оценивания: - содержание: 2 балла – содержание полностью соответствует теме доклада, тема раскрыта полностью; 1 балл – содержание доклада не полностью соответствует теме и/или раскрыты не все аспекты темы; 0 баллов – содержание доклада не соответствует теме. - оформление: 2 балла – презентация оформлена в соответствии с выданным заданием; 1 балл – в презентации выявлены недочеты; 0 баллов – студент неверно оформил презентацию или не выполнил задание. - срочность: 2 балла – доклад защищен в назначенный срок; 1 балл – доклад защищен на следующем занятии или консультации, после назначенного срока; 0 баллов – доклад защищен позднее, чем на следующем занятии или консультации.	
2	7	Текущий контроль	Анализ портфеля	1	10	В процессе проведения практических и семинарских занятий осуществляется контроль выполнения заданий и самостоятельной работы студента. Решение практических задач осуществляется с целью проверки уровня знаний, умений, владений, понимания студентом основных принципов работы рынка информационных продуктов и услуг при решении конкретных практических задач, умения применять на практике полученные знания. Студенту выдается задание, которое должно быть выполнено письменно. При оценивании результатов мероприятия используется балльно-рейтинговая система оценивания результатов учебной деятельности обучающихся (утверждена Приказом ректора от 24.05.2019 г. №179). Общий балл при оценке складывается из следующих показателей: 1. Отчет с выполненным заданием. 2. Ответы на вопросы по заданию. Максимальное количество баллов - 10.	зачет
3	7	Текущий	Матрица Ансоффа	1	10	В процессе проведения практических и	зачет

		контроль				семинарских занятий осуществляется контроль выполнения заданий и самостоятельной работы студента. Решение практических задач осуществляется с целью проверки уровня знаний, умений, владений, понимания студентом основных принципов работы рынка информационных продуктов и услуг при решении конкретных практических задач, умения применять на практике полученные знания. Студенту выдается задание, которое должно быть выполнено письменно. При оценивании результатов мероприятия используется балльно-рейтинговая система оценивания результатов учебной деятельности обучающихся (утверждена Приказом ректора от 24.05.2019 г. №179). Общий балл при оценке складывается из следующих показателей: 1. Отчет с выполненным заданием. 2. Ответы на вопросы по заданию. Максимальное количество баллов - 10.	
4	7	Текущий контроль	Маркетинговые исследования рынка ПО	1	10	В процессе проведения практических и семинарских занятий осуществляется контроль выполнения заданий и самостоятельной работы студента. Решение практических задач осуществляется с целью проверки уровня знаний, умений, владений, понимания студентом основных принципов работы рынка информационных продуктов и услуг при решении конкретных практических задач, умения применять на практике полученные знания. Студенту выдается задание, которое должно быть выполнено письменно. При оценивании результатов мероприятия используется балльно-рейтинговая система оценивания результатов учебной деятельности обучающихся (утверждена Приказом ректора от 24.05.2019 г. №179). Общий балл при оценке складывается из следующих показателей: 1. Отчет с выполненным заданием. 2. Ответы на вопросы по заданию. Максимальное количество баллов - 10.	зачет
5	7	Текущий контроль	Практическая работа	1	10	Для выполнения и защиты задания группа делится на мини-группы. Для каждой подгруппы выдается индивидуальное задание. На протяжении семестра студенты выполняют задание	зачет

					<p>письменно. На последних двух неделях студенты защищают выполненное задание. Защита задания сопровождается докладом, презентацией, ответами на вопросы. При оценивании результатов мероприятия используется балльно-рейтинговая система оценивания результатов учебной деятельности обучающихся (утверждена приказом ректора от 24.05.2019 г. № 179)</p> <p>Показатели оценивания: - содержание: 5 балла – содержание полностью соответствует теме доклада, тема раскрыта полностью; 0 балл – содержание доклада не полностью соответствует теме и/или раскрыты не все аспекты темы; 0 баллов – содержание доклада не соответствует теме. - оформление: 5 балла – презентация оформлена в соответствии с выданным заданием; 3 балл – в презентации выявлены недочеты; 0 баллов – студент неверно оформил презентацию или не выполнил задание.</p>		
6	7	Промежуточная аттестация	Итоговое тестирование	-	60	<p>Студенту предлагаются вопросы для тестирования в системе электронного ЮУрГУ. Типы вопросов представлены разного типа: открытые, закрытые, сопоставление, выборка, множественные. Итоговое тестирование содержит вопросы (60 вопросов), затрагивающие все разделы курса и позволяют оценить сформированность компетенций. На ответы отводится 30 мин. Итоговое тестирование студенты осуществляют на базе платформы Электронный ЮУрГУ. 1 балл- дан правильный ответ на вопрос; 0-баллов - ответ не верен</p>	зачет

6.2. Процедура проведения, критерии оценивания

Вид промежуточной аттестации	Процедура проведения	Критерии оценивания
зачет	<p>Зачет проводится в форме итогового компьютерного тестирования. Студенту предлагаются вопросы для тестирования в системе электронного ЮУрГУ. Типы вопросов представлены разного типа: открытые, закрытые, сопоставление, выборка, множественные. Итоговое тестирование содержит вопросы (60 вопросов), затрагивающие все разделы курса и позволяют оценить сформированность компетенций. На ответы отводится 30 мин. Итоговое тестирование студенты осуществляют на базе платформы Электронный ЮУрГУ. При оценивании результатов</p>	<p>В соответствии с пп. 2.5, 2.6 Положения</p>

	<p>мероприятия используется балльно-рейтинговая система оценивания результатов учебной деятельности обучающихся (утверждена приказом ректора от 24.05.2019 г. № 179). Для прохождения теста студент должен набрать не менее 60% от общего количества баллов за тест. Зачтено выставляется студенту, если он правильно ответил более чем на 60% вопросов; не зачтено выставляется студенту, если он правильно ответил менее чем на 60% вопросов.</p>	
--	---	--

6.3. Оценочные материалы

Компетенции	Результаты обучения	№ КМ					
		1	2	3	4	5	6
ПК-6	Знает: Основы теории маркетинга и современных тенденций ее развития; теоретические основы и закономерности функционирования рыночной экономики.			+			++
ПК-6	Умеет: Ориентироваться в маркетинговой информации на рынке информационных продуктов и услуг; системно оценивать рыночную ситуацию и разрабатывать адекватный комплекс маркетинговых мероприятий.			++			++
ПК-6	Имеет практический опыт: Использования теоретических основ и закономерностей функционирования рыночной экономики для составления технико-экономического обоснования проектных решений и технического задания на разработку информационной системы.			++			++
ПК-15	Знает: Основы теории маркетинга и современных тенденций ее развития; теоретические основы и закономерности функционирования рыночной экономики; методы проведения анализа маркетинговой информации				++	++	++
ПК-15	Умеет: Осуществлять презентацию информационной системы, используя основы теории маркетинга, знания современного состояния рынка информационных продуктов и услуг и информационных технологий.			+		+++	++
ПК-15	Имеет практический опыт: Разработки рекомендаций по использованию информационной системы						+
ПК-17	Знает: Требования по оформлению обзоров научной литературы.						+
ПК-17	Умеет: Ориентироваться в маркетинговой информации на рынке информационных продуктов и услуг; анализировать процессы и явления, происходящие в обществе.		+			+++	++
ПК-17	Имеет практический опыт: Подготовки обзоров научной литературы для профессиональной деятельности.		+			+++	++

Фонды оценочных средств по каждому контрольному мероприятию находятся в приложениях.

7. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

Печатная учебно-методическая документация

а) *основная литература:*

Не предусмотрена

б) *дополнительная литература:*

Не предусмотрена

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

Не предусмотрены

г) методические указания для студентов по освоению дисциплины:

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

2. Критерии оценки качества информационных продуктов

из них: учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студента:

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

2. Критерии оценки качества информационных продуктов

Электронная учебно-методическая документация

№	Вид литературы	Наименование ресурса в электронной форме	Библиографическое описание
1	Основная литература	Электронно-библиотечная система издательства Лань	Хлаков, Ю. П. Информационные технологии и программные продукты: рынок, экономика, нормативно-правовое регулирование / Ю. П. Хлаков. — Москва : ТУСУР, 2007. — 176 с. — ISBN 978-5-86889-390-2. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/11806 (дата обращения: 02.10.2021). — Режим доступа: для авториз. пользователей.
2	Основная литература	Электронно-библиотечная система издательства Лань	Полукаров, Д. Ю. Экономические и правовые основы рынка программного обеспечения : учебное пособие / Д. Ю. Полукаров, Т. В. Моисеева. — Москва : СОЛОН-Пресс, 2012. — 224 с. — ISBN 978-5-91359-038-1. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/13770 (дата обращения: 02.10.2021)
3	Дополнительная литература	Электронно-библиотечная система издательства Лань	Дрокина, К. В. Рынок информационно-коммуникационных технологий и организация продаж : учебное пособие / К. В. Дрокина. — Ростов-на-Дону : ЮФУ, [б. г.]. — Часть 2 — 2016. — 75 с. — ISBN 978-5-9275-2208-8. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/114523 (дата обращения: 06.09.2021). — Режим доступа: для авториз. пользователей.
4	Основная литература	Электронно-библиотечная система издательства Лань	Соколов, Н. Е. Рынки информационных и коммуникационных технологий и организация продаж : учебное пособие / Н. Е. Соколов. — Санкт-Петербург : ПГУПС, 2016. — 124 с. — ISBN 978-5-7641-0897-1. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/91097 (дата обращения: 06.09.2021). — Режим доступа: для авториз. пользователей.
5	Дополнительная литература	Электронная библиотека Юрайт	Фомин, В. И. Информационный бизнес : учебник и практикум для вузов / В. И. Фомин. — 4-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 251 с. —

		(Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14388-1. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/477500 (дата обращения: 02.10.2021).
--	--	---

Перечень используемого программного обеспечения:

1. -VORTEX 8.0(бессрочно)
2. Microsoft-Office(бессрочно)

Перечень используемых профессиональных баз данных и информационных справочных систем:

1. ООО "ГарантУралСервис"-Гарант(бессрочно)

8. Материально-техническое обеспечение дисциплины

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