

УТВЕРЖДАЮ
Первый проректор, проректор по
УР

_____ А.Е. Рудин

«30» июня 2020 года

Рабочая программа дисциплины

Б1.О.05

Маркетинг аппаратно-программных средств информатизации

Учебный план: ФГОС 3++_2020-2021_09.04.03_19_ИИТА_ОО_ПИД.plx

Кафедра: **33** Информационных систем и компьютерного дизайна

Направление подготовки:
(специальность) 09.04.03 Прикладная информатика

Профиль подготовки: Прикладная информатика в дизайне
(специализация)

Уровень образования: магистратура

Форма обучения: очная

План учебного процесса

Семестр (курс для ЗАО)	Контактная работа обучающихся		Сам. работа	Контроль, час.	Трудоё мкость, ЗЕТ	Форма промежуточной аттестации	
	Лекции	Практ. занятия					
1	УП	17	34	91	2	4	Курсовая работа, Зачет
	РПД	17	34	91	2	4	
Итого	УП	17	34	91	2	4	
	РПД	17	34	91	2	4	

Рабочая программа дисциплины составлена в соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по направлению подготовки 09.04.03 Прикладная информатика, утверждённым приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 19.09.2017 г. № 916

Составитель (и):

кандидат технических наук, Доцент

Суханов
Борисович

Михаил

От кафедры составителя:

Заведующий кафедрой информационных систем и
компьютерного дизайна

Сошников Антон
Владимирович

От выпускающей кафедры:

Заведующий кафедрой

Сошников Антон
Владимирович

Методический отдел:

1 ВВЕДЕНИЕ К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1 Цель дисциплины: Сформировать компетенции обучающегося в области аппаратного и программного обеспечения и их выбор при решении прикладных задач в области дизайна.

1.2 Задачи дисциплины:

Ознакомить обучающихся с возможностями использования методов маркетинговых исследований при обследовании рынка аппаратно-программных средств;

Ознакомить обучающихся с основными принципами выявления основных критериев отбора аппаратных и программных средств;

Привить навыки обрабатывать результаты маркетинговых исследований при выработке управленческого решения.

1.3 Требования к предварительной подготовке обучающегося:

Предварительная подготовка предполагает создание основы для формирования компетенций, указанных в п. 2, при изучении дисциплин:

Дисциплина базируется на компетенциях, сформированных на предыдущем уровне образования.

2 КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

ОПК-5: Способен разрабатывать и модернизировать программное и аппаратное обеспечение информационных и автоматизированных систем;

Знать: Особенности проведение маркетинговых исследований рынка аппаратно-программных средств информатизации.

Уметь: Адаптировать аппаратно-программные средства к решению профессиональных задач.

Владеть: Навыками формирования техническое задание на модернизацию аппаратно-программных средства.

3 РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Наименование и содержание разделов, тем и учебных занятий	Семестр (курс для ЗАО)	Контактная работа		СР (часы)	Инновац. формы занятий	Форма текущего контроля
		Лек. (часы)	Пр. (часы)			
Раздел 1. Основы маркетинга.	1					
Тема 1. Маркетинг как философия и методология современного предпринимательства. Практические занятия: Работа с информационной системой сайта «Госзакупки».		1	2	6	ИЛ	О
Тема 2. Анализ в системе маркетинга. Практические занятия: Анализ в системе информационного маркетинга. Анализ SWOT. Изучение конъюнктуры рынка.		1	6	6	ИЛ	
Раздел 2. Формирование товарной политики.						
Тема 3. Товар и товарная политика. Практические занятия: Определение спроса на товар.		1	2	6	ИЛ	О
Тема 4. Ценовая политика. Практические занятия: Ценообразование на рынке программного обеспечения.		2	2	6	ИЛ	
Раздел 3. Особенности управления маркетингом.						
Тема 5. Сбытовая политика.		2		6	ИЛ	О
Тема 6. Коммуникационная политика. Практические занятия: Выбор системы сбыта.		2	2	6	ИЛ	
Тема 7. Организация и управление маркетингом. Практические занятия: Интернет-маркетинг.		1	2	6	ИЛ	
Раздел 4. Маркетинговые исследования.					О	

Тема 8. Понятие и задачи маркетингового исследования. Практические занятия: Понятие и задачи маркетингового исследования.	2	2	9	ИЛ
Тема 9. Информация в маркетинге и маркетинговом исследовании. Практические занятия: Принципы и методы маркетингового анализа.	2	4	10	ИЛ
Тема 10. Маркетинговый анализ динамики и устойчивости развития рынка. Практические занятия: Маркетинговый анализ динамики и устойчивости развития рынка. Анализ реакции рынка на формирование и изменение рыночной ситуации.	1	4	10	ИЛ
Тема 11. Конкурентный анализ. Практические занятия: Анализ покупательского поведения.	1	2	10	ИЛ
Тема 12. Программное обеспечение для выполнения маркетинговых исследований. Практические занятия: Установка программного продукта на виртуальные машины. Анализ структуры покупок.	1	6	10	ИЛ

Итого в семестре (на курсе для ЗАО)	17	34	91	
Консультации и промежуточная аттестация (Курсовая работа, Зачет)	2			
Всего контактная работа и СР по дисциплине	53		91	

4 КУРСОВОЕ ПРОЕКТИРОВАНИЕ

4.1 Цели и задачи курсовой работы (проекта): Целью курсовой работы является привитие навыков поиска аппаратно-программных средств для выполнения программных решений.

4.2 Тематика курсовой работы (проекта): Маркетинговое исследование рынка информационных систем управления проектами

- Маркетинговое исследование рынка систем электронного документооборота
- Маркетинговое исследование рынка графических планшетов
- Маркетинговое исследование рынка аппаратных средств для веб-разработки
- Маркетинговое исследование рынка автоматизированных банковских систем
- Маркетинговое исследование рынка электронных книг
- Маркетинговое исследование рынка планшетных компьютеров
- Маркетинговое исследование рынка любительских видеокамер
- Маркетинговое исследование рынка смартфонов
- Маркетинговое исследование рынка 3D-принтеров
- Маркетинговое исследование рынка программного обеспечения для видеомонтажа (рынок видеоредакторов)
- Маркетинговое исследование рынка программного обеспечения для 3D-моделирования
- Маркетинговое исследование рынка нейромаркетинговых технологий
- Маркетинговое исследование рынка программных средств для веб-разработки
- Маркетинговое исследование рынка программных средств для создания анимации
- Маркетинговое исследование рынка широкоформатных мониторов
- Маркетинговое исследование рынка мультимедийных проекторов
- Маркетинговое исследование рынка процессоров
- Маркетинговое исследование рынка систем управления базами данных
- Маркетинговое исследование рынка программного обеспечения для бизнес-анализа
- Маркетинговое исследование рынка инструментальных средств для разработки программного обеспечения
- Маркетинговое исследование рынка операционных систем
- Маркетинговое исследование рынка интеллектуальных информационных систем
- Маркетинговое исследование рынка систем защиты информации

4.3 Требования к выполнению и представлению результатов курсовой работы (проекта):

Результаты представляются в виде пояснительной записки, объемом 35 страниц, содержащего следующие обязательные элементы:

- Обзор рынка аппаратно-программных средств (АПС): назначение, характеристики и производители;
- Обоснование выбора характеристик АПС в рамках проводимых маркетинговых исследований;
- Сбор данных об АПС и формирование базы данных;
- Статистическая обработка данных из базы данных;
- Обоснование принимаемого решения при выборе АПС.

5. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

5.1 Описание показателей, критериев и системы оценивания результатов обучения

5.1.1 Показатели оценивания

Код компетенции	Показатели оценивания результатов обучения	Наименование оценочного средства
ОПК-5	<p>Объясняет подход, используемый при анализе рынка аппаратно-программных средств с учетом задания курсовой работы для создания дизайн-объекта.</p> <p>Формулирует критерии отбора аппаратно-программных средств с учетом функционального назначения прикладных задач, модификации аппаратных средств компьютера и сети предприятия, особенностей установленного на компьютер и сервер программного обеспечения.</p> <p>Демонстрирует техническое задание на закупку аппаратно-программных средств в области проектирования дизайн-объектов.</p>	<p>Вопросы устного собеседования.</p> <p>Курсовая работа.</p>

5.1.2 Система и критерии оценивания

Шкала оценивания	Критерии оценивания сформированности компетенций	
	Устное собеседование	Письменная работа
5 (отлично)	<p>Полный, исчерпывающий ответ, явно демонстрирующий глубокое понимание предмета и широкую эрудицию в оцениваемой области. Критический, оригинальный подход к материалу. Грамотно объясняет подходы, используемые при анализе рынка аппаратно-программных средств с учетом особенностей создания дизайн-объекта. Приводит примеры. Учитываются баллы, накопленные в течение семестра.</p>	
4 (хорошо)	<p>Ответ полный, основанный на проработке всех обязательных источников информации. Подход к материалу ответственный, но стандартный. Объясняет подходы, используемые при анализе рынка аппаратно-программных средств с учетом особенностей создания дизайн-объекта, но не демонстрирует свои знания на примерах. Учитываются баллы, накопленные в течение семестра.</p>	
3 (удовлетворительно)	<p>Ответ воспроизводит в основном только лекционные материалы, без самостоятельной работы с рекомендованной литературой. Демонстрирует понимание особенностей рынка аппаратно-программных средств в целом, без углубления в детали. Присутствуют существенные ошибки или пробелы в знаниях по некоторым темам. Учитываются баллы, накопленные в течение семестра.</p>	

2 (неудовлетворительно)	Неспособность ответить на вопрос без помощи экзаменатора. Незнание значительной части принципиально важных элементов дисциплины. Многочисленные грубые ошибки. Не учитываются баллы, накопленные в течение семестра.	
Зачтено	Ответ на теоретический вопрос по материалам лекций полный, с возможными несущественными ошибками. Учитываются баллы, накопленные в течение семестра. Качество исполнения всех элементов практико-ориентированного задания полностью соответствует всем требованиям. Учитываются баллы, накопленные в течение семестра.	
Не зачтено	Ответ на теоретический вопрос не полный, с существенными ошибками. Не учитываются баллы, накопленные в течение семестра.	

5.2 Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности

5.2.1 Перечень контрольных вопросов

№ п/п	Формулировки вопросов
Семестр 1	
1	Технологии виртуальных машин.
2	Задачи математического программирования в маркетинге.
3	CMS в маркетинге.
4	Современное состояние рынка инструментальных средств для разработки программного обеспечения.
5	Современное состояние рынка систем электронного документооборота.
6	Современное состояние рынка офисных приложений.
7	Современное состояние рынка операционных систем.
8	Маркетинговые исследования на рынке программного обеспечения.
9	Визуализация маркетинговых данных с помощью гистограмм.
10	Сводка и группировка статистических данных в маркетинговых исследованиях.
11	Создание сводных таблиц в Excel при проведении маркетинговых исследований.
12	Составление анкет для маркетингового исследования.
13	Проверка идентичности маркетинговых данных по полям в списках MS Excel.
14	Автоматическое исправление ошибок распознавания в отсканированных документах.
15	Организация и проведение сбора данных для маркетингового исследования.
16	Содержание и методы проведения отдельных видов маркетинговых исследований.
17	Методы сбора данных для маркетингового исследования.
18	Маркетинговая информационная система.
19	Подготовка экспортированной с Web-сайта базы данных к фильтрации.
20	Использование Интернета в маркетинговой деятельности.
21	Современное состояние рынка коммуникационного оборудования для компьютерных сетей.
22	Современное состояние рынка МФУ и принтеров, 3D-принтеры.
23	Современное состояние рынка компьютеров.
24	Современное состояние рынка процессоров.
25	Многокритериальный выбор в принятии маркетинговых решений.
26	Лицензирование программного обеспечения, виды лицензий на ПО.
27	Способы определения характеристик компьютера.
28	Информационные системы для госзакупок. Тендеры, аукционы, закупки, торги.
29	Типы экспериментов в маркетинге.
30	Жизненный цикл программного продукта.
31	SWOT-анализ.
32	Регрессионный анализ в маркетинге.

33	Корреляционный анализ в маркетинге.
34	Маркетинг как концепция рыночного управления.
35	Функции маркетинга.
36	Цели и задачи маркетинга.

5.2.2 Типовые тестовые задания

Не предусмотрено.

5.2.3 Типовые практико-ориентированные задания (задачи, кейсы)

Не предусмотрено.

5.3 Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, владений (навыков и (или) практического опыта деятельности)

5.3.1 Условия допуска обучающегося к промежуточной аттестации и порядок ликвидации академической задолженности

Проведение промежуточной аттестации регламентировано локальным нормативным актом СПбГУПТД «Положение о проведении текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся»

5.3.2 Форма проведения промежуточной аттестации по дисциплине

Устная Письменная Компьютерное тестирование Иная

5.3.3 Особенности проведения промежуточной аттестации по дисциплине

зачет

- время на подготовку к устному собеседованию составляет 30 минут.

защита курсовой работы

- доклад с использованием презентации по основным элементам курсовой работы – 10 мин;

- ответ на вопросы по материалам курсовой работы – 10 мин.

6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

6.1 Учебная литература

Автор	Заглавие	Издательство	Год издания	Ссылка
6.1.1 Основная учебная литература				
Хьюз, Джеффри, Бакушева, Е.	В яблочко! Маркетинг приложений для iPhone и iPad	Москва: Альпина Габлишер	2019	http://www.iprbookshop.ru/83011.html
Романцов, А. Н.	Event-маркетинг. Сущность и особенности организации (2-е издание)	Москва: Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа	2017	http://www.iprbookshop.ru/57071.html
Бердышев С. Н.	Информационный маркетинг	Москва: Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа	2019	http://www.iprbookshop.ru/83124.html
Пичурин, И. И., Обухов, О. В., Эриашвили, Н. Д.	Основы маркетинга. Теория и практика	Москва: ЮНИТИ-ДАНА	2017	http://www.iprbookshop.ru/71036.html
6.1.2 Дополнительная учебная литература				
Караулова И. Б., Мелешкова Г. И., Новоселов Г. А.	Организация самостоятельной работы обучающихся	СПб.: СПбГУПТД	2014	http://publish.sutd.ru/tp_ext_inf_publish.php?id=2014550
Спицкий С. В.	Эффективная аудиторная и самостоятельная работа обучающихся	СПб.: СПбГУПТД	2015	http://publish.sutd.ru/tp_ext_inf_publish.php?id=2015811
Соколова, Н. Г.	Основы маркетинга	Саратов: Вузовское образование	2016	http://www.iprbookshop.ru/54505.html

6.2 Перечень профессиональных баз данных и информационно-справочных систем

Информационная система «Единое окно доступа к образовательным ресурсам. Раздел. Информатика и информационные технологии» [Электронный ресурс]. URL: http://window.edu.ru/catalog/?p_rubr=2.2.75.6

Электронно-библиотечная система IPRbooks [Электронный ресурс]. URL: <http://www.iprbookshop.ru/>

6.3 Перечень лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения

MicrosoftOfficeProfessional

Microsoft Windows

6.4 Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине

Аудитория	Оснащение
Лекционная аудитория	Мультимедийное оборудование, специализированная мебель, доска
Компьютерный класс	Мультимедийное оборудование, компьютерная техника с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду