

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Косенок Сергей Михайлович
Должность: ректор
Дата подписания: 20.06.2024 11:24:10
Уникальный программный ключ:
e3a68f3eaa1e62674b54f4998099d3d6bfdcf836

Бюджетное учреждение высшего образования
Ханты-Мансийского автономного округа-Югры
"Сургутский государственный университет"

УТВЕРЖДАЮ
Проректор по УМР

_____ Е.В. Коновалова

15 июня 2023 г., протокол УМС №5

МОДУЛЬ БИЗНЕС-ПРОЦЕССОВ

Маркетинг и продвижение IT-продукта

рабочая программа дисциплины (модуля)

Закреплена за кафедрой	Автоматики и компьютерных систем	
Учебный план	g090404-ИнфСистИСерв-23-1.plx 09.04.04 Программная инженерия Направленность (профиль): Разработка и интеграция информационных систем и сервисов	
Квалификация	Магистр	
Форма обучения	очная	
Общая трудоемкость	4 ЗЕТ	
Часов по учебному плану	144	Виды контроля в семестрах: экзамены 4
в том числе:		
аудиторные занятия	32	
самостоятельная работа	76	
часов на контроль	36	

Распределение часов дисциплины по семестрам

Семестр (<Курс>.<Семестр на курсе>)	4 (2.2)		Итого	
	9 1/6			
Вид занятий	уп	рп	уп	рп
Лекции	16	16	16	16
Практические	16	16	16	16
Итого ауд.	32	32	32	32
Контактная работа	32	32	32	32
Сам. работа	76	76	76	76
Часы на контроль	36	36	36	36
Итого	144	144	144	144

Программу составил(и):

к.т.н., Доцент, Кузин Д.А.

Рабочая программа дисциплины

Маркетинг и продвижение IT-продукта

разработана в соответствии с ФГОС:

Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования - магистратура по направлению подготовки 09.04.04 Программная инженерия (приказ Минобрнауки России от 19.09.2017 г. № 932)

составлена на основании учебного плана:

09.04.04 Программная инженерия

Направленность (профиль): Разработка и интеграция информационных систем и сервисов

утвержденного учебно-методическим советом вуза от 15.06.2023 протокол № 5.

Рабочая программа одобрена на заседании кафедры

Автоматики и компьютерных систем

Зав. кафедрой к.т.н., доцент Запевалов А.В.

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1	В дисциплине изучаются основы организации бизнеса при продвижении на рынок прикладных программных продуктов: особенности промышленного рынка и его основные участники; последовательность и содержание стадий формирования программы продвижения; модели и алгоритмы выделения целевых сегментов рынка, выбора вариантов поставок продукта по определенным бизнес-моделям тиражирования.
-----	--

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ООП

Цикл (раздел) ООП:	Б1.В.02
2.1	Требования к предварительной подготовке обучающегося:
2.1.1	Инструменты и технологии web-разработки
2.1.2	Системы менеджмента качества
2.1.3	Технология командной разработки IT-продукта
2.2	Дисциплины и практики, для которых освоение данной дисциплины (модуля) необходимо как предшествующее:
2.2.1	Выполнение и защита выпускной квалификационной работы
2.2.2	Производственная практика, преддипломная практика

3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

УК-2.2: Разрабатывает план реализации проекта с использованием инструментов планирования
УК-2.3: Планирует необходимые ресурсы, в том числе с учетом их заменимости
ПК-6.1: Определяет состав релизов ИС и разработка плана выпуска релизов ИС
ПК-6.2: Обеспечивает план выпуска и контроль состава выпущенных релизов
ПК-8.1: Руководит разработкой технических заданий, методических и рабочих программ, технико-экономических обоснований и других документов при проведении научно-исследовательских и опытно-конструкторских работ

В результате освоения дисциплины обучающийся должен

3.1	Знать:
3.1.1	Технологию подготовки релизов ИС и порядок разработки плана выпуска релизов ИС
3.2	Уметь:
3.2.1	Планировать выпуск и контроль состава выпущенных релизов
3.3	Владеть:
3.3.1	Навыками разработки технических заданий, методических и рабочих программ, технико-экономических обоснований и других документов при проведении научно-исследовательских и опытно-конструкторских работ

4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Код занятия	Наименование разделов и тем /вид занятия/	Семестр / Курс	Часов	Компетенции	Литература	Примечание
	Раздел 1. Анализ рынка программных продуктов					
1.1	Особенности рынка программных продуктов /Лек/	4	2	ПК-8.1	Л1.1Л2.2Л3.2	
1.2	Особенности рынка программных продуктов /Пр/	4	2	ПК-6.1	Л1.2Л3.1	
1.3	Особенности рынка программных продуктов /Ср/	4	8	ПК-6.2	Л2.1	
1.4	Методика разработки программы продвижения программных продуктов /Лек/	4	2	УК-2.3	Л1.1	
1.5	Методика разработки программы продвижения программных продуктов /Пр/	4	2	УК-2.2	Л1.2Л2.1Л3.2	
1.6	Методика разработки программы продвижения программных продуктов /Ср/	4	8	ПК-8.1	Л2.2	

1.7	Сегментирование рынка потребителей программных продуктов /Лек/	4	2	ПК-6.1	Л3.2	
1.8	Сегментирование рынка потребителей программных продуктов /Пр/	4	2	УК-2.3	Л1.2Л2.1Л3.1	
1.9	Сегментирование рынка потребителей программных продуктов /Ср/	4	8	УК-2.2		
1.10	Жизненный цикл вывода программных продуктов на рынок /Лек/	4	2	УК-2.2	Л1.1Л2.1Л3.2	
1.11	Жизненный цикл вывода программных продуктов на рынок /Пр/	4	2	ПК-8.1	Л1.2Л2.2Л3.1	
1.12	Жизненный цикл вывода программных продуктов на рынок /Ср/	4	8	ПК-8.1	Л1.1Л2.1	
	Раздел 2. Маркетинговые коммуникации при продвижении программных продуктов на рынок					
2.1	Позиционирование программного продукта как рыночного товара /Лек/	4	2	УК-2.2	Л2.2Л3.2	
2.2	Позиционирование программного продукта как рыночного товара /Пр/	4	2	ПК-6.1	Л1.1 Л1.2Л2.2 Э1	
2.3	Позиционирование программного продукта как рыночного товара /Ср/	4	8	ПК-8.1	Л3.1 Э2	
2.4	Классификация потребителей продуктов по типам потребительских предпочтений /Лек/	4	2	ПК-6.1	Л1.2Л2.2 Э4	
2.5	Классификация потребителей продуктов по типам потребительских предпочтений /Пр/	4	2	ПК-6.2	Л1.1Л3.1 Э3	
2.6	Классификация потребителей продуктов по типам потребительских предпочтений /Ср/	4	12	УК-2.2	Л2.1Л3.2 Э1	
2.7	Модель выбора структуры и содержания коммуникационного сообщения /Лек/	4	2	ПК-8.1	Л1.2 Э4	
2.8	Модель выбора структуры и содержания коммуникационного сообщения /Пр/	4	2	УК-2.2	Л2.2 Э4	
2.9	Модель выбора структуры и содержания коммуникационного сообщения /Ср/	4	12	УК-2.3	Л1.1Л2.2Л3.1 Э1	
2.10	Оценки рисков при реализации программы продвижения программных продуктов /Лек/	4	2	ПК-8.1	Л1.2Л3.2 Э4	
2.11	Оценки рисков при реализации программы продвижения программных продуктов /Пр/	4	2	ПК-6.1	Л1.2Л3.2 Э2	
2.12	Оценки рисков при реализации программы продвижения программных продуктов /Ср/	4	12	УК-2.3	Л1.1Л2.1Л3.1 Э1	
2.13	Контрольная работа /Контр.раб./	4	12			

2.14	Экзамен /Экзамен/	4	24		
------	-------------------	---	----	--	--

5. ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА

5.1. Оценочные материалы для текущего контроля и промежуточной аттестации

Представлены отдельным документом

5.2. Оценочные материалы для диагностического тестирования

Представлены отдельным документом

6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

6.1. Рекомендуемая литература

6.1.1. Основная литература

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год	Колич-во
Л1.1	Ехлаков, Ю. П.	Планирование и организация вывода программного продукта на рынок: учебное пособие	Томск: Томский государственный университет систем управления и радиоэлектроники, Эль Контент, 2017, электронный ресурс	1
Л1.2	Чернышев С. А.	Принципы, паттерны и методологии разработки программного обеспечения: учебное пособие для вузов	Москва: Юрайт, 2023, электронный ресурс	1

6.1.2. Дополнительная литература

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год	Колич-во
Л2.1	Кознов, Д. В.	Введение в программную инженерию: учебное пособие	Москва, Саратов: Интернет-Университет Информационных Технологий (ИНТУИТ), Ай Пи Ар Медиа, 2020, электронный ресурс	1
Л2.2	Муртазина, М. Ш.	Управление проектами в сфере информационных технологий: учебное пособие	Новосибирск: Новосибирский государственный технический университет, 2022, электронный ресурс	1

6.1.3. Методические разработки

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год	Колич-во
Л3.1	Птицына Л. К., Бондаренко И. Б.	Методология программной инженерии: учебное пособие	Санкт-Петербург: СПбГУТ им. М.А. Бонч-Бруевича, 2021, электронный ресурс	1
Л3.2	Васильева М. А., Филиппченко К. М.	Система контроля версий. Основы командной разработки: учебное пособие для вузов	Санкт-Петербург: Лань, 2022, электронный ресурс	1

6.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"

Э1	Эффективный маркетинг для ИТ компаний https://digitov.com/course/effective-it-marketing.html
Э2	IT-Marketing & Leadgen School https://skademy.by/courses/itmarketing-itleadgen-school/
Э3	Директор по интернет-маркетингу https://netology.ru/programs/marketing-director
Э4	Основы интернет-маркетинга: старт в профессии https://netology.ru/programs/marketing-start

6.3.1 Перечень программного обеспечения

6.3.1.1	Microsoft Windows
6.3.1.2	Пакет прикладных программ Microsoft Office

6.3.1.3	Microsoft Desktop School (интегрированная среда разработки Microsoft Visual Studio)
6.3.1.4	Adobe Acrobat Reader (свободно распространяемое программное обеспечение)
6.3.2 Перечень информационных справочных систем	
6.3.2.1	СПС «КонсультантПлюс» - www.consultant.ru/
6.3.2.2	СПС «Гарант» - www.garant.ru/

7. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)	
7.1	Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа, семинарского типа (практических занятий), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации оснащена: комплект специализированной учебной мебели, маркерная (меловая) доска;
7.2	Количество посадочных мест – 28.
7.3	Технические средства обучения для представления учебной информации: стационарный экран, переносной проектор, компьютер.
7.4	Используемое программное обеспечение: Microsoft Windows, пакет прикладных программ Microsoft Office.
7.5	Обеспечен доступ к сети Интернет и в электронную информационную среду организации.
7.6	Компьютерный класс для проведения занятий лабораторных и практических занятий, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации оснащена: комплект специализированной учебной мебели, маркерная (меловая) доска;
7.7	Количество посадочных мест – 24.
7.8	Технические средства обучения для представления учебной информации: стационарный экран, переносной проектор, 13 компьютеров.
7.9	Используемое программное обеспечение: Microsoft Windows, пакет прикладных программ Microsoft Office, Microsoft Desktop School (интегрированная среда разработки Microsoft Visual Studio), Adobe Acrobat Reader (свободно распространяемое программное обеспечение).
7.10	Обеспечен доступ к сети Интернет и в электронную информационную среду организации