Приложение Л.РПД Б1.В.ДВ.2.1

Филиал федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования
«Национальный исследовательский университет «МЭИ»
в г. Смоленске

УТВЕРЖДАЮ
Зам. директора
филиала ФГБОУ ВО «НИУ «МЭИ»
в г. Смоленске
по учебно-методической работе
_____ В.В. Рожков
«31» 08 2015 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

МАРКЕТИНГ ИНФОРМАЦИОННЫХ ПРОДУКТОВ И УСЛУГ

(НАИМЕНОВАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ)

Направление подготовки: 09.04.01 Информатика и вычислительная техника

Магистерская программа: Вычислительные системы в экономике

Уровень высшего образования: магистратура

Нормативный срок обучения: 2 года

Смоленск – 2015 г.

1.Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Целью освоения дисциплины является подготовка обучающихся к научно-исследовательской деятельности по направлению подготовки 09.04.01 Информатика и вычислительная техника (магистерская программа: Вычислительные системы в экономике) посредством обеспечения этапов формирования компетенций, предусмотренных ФГОС, в части представленных ниже знаний, умений и навыков.

Задачами дисциплины является изучение понятийного аппарата дисциплины, основных теоретических положений и методов, формирование умений и привитие навыков применения теоретических знаний для решения прикладных задач.

Дисциплина направлена на формирование следующих общекультурных, общепрофессиональных, профессиональных компетенций:

ОК-2 способностью понимать роль науки в развитии цивилизации, соотношение науки и техники, иметь представление о связанных с ними современных социальных и этических проблемах, понимать ценность научной рациональности и ее исторических типов

В результате изучения дисциплины студент должен:

Знать:

- роль науки в развитии цивилизации;

Уметь:

- проводить научные исследования для принятия решений в сфере информационных продуктов и услуг
- использовать и анализировать информацию, как средство достижения поставленных целей.

ОК-7 способностью самостоятельно приобретать с помощью информационных технологий и использовать в практической деятельности новые знания и умения, в том числе в новых областях знаний, непосредственно не связанных со сферой деятельности

В результате изучения дисциплины студент должен:

Знать:

- -понятия «самостоятельная работа студентов», «самоорганизация», «самоконтроль», «самообразование»;
- формы, технологии организации самостоятельной работы;

Уметь:

- системно анализировать, обобщать информацию, формулировать цели и самостоятельно находить пути их достижения;
- использовать в образовательном процессе разнообразные ресурсы;

Владеть:

- способами самоконтроля, самоанализа, демонстрировать стремление к самосовершенствованию, познавательную активность.

ОК-8 способностью к профессиональной эксплуатации современного оборудования и приборов (в соответствии с целями магистерской программы)

В результате изучения дисциплины студент должен:

Знать:

- современные программные средства и информационные технологии, используемые в маркетинговой деятельности;

Уметь:

- осуществлять выбор программных средств для решения основных задач маркетинговой деятельности

Владеть:

- работы с маркетинговыми информационными системами

ОПК-2 культурой мышления, способностью выстраивать логику рассуждений и высказываний, основанных на интерпретации данных, интегрированных из разных областей науки и техники, выносить суждения на основании неполных данных

В результате изучения дисциплины студент должен:

Знать:

- современные методы прогнозирования показателей рыночной конъюнктуры;

Уметь:

- применять количественные и качественные методы анализа при принятии управленческих решений;
- использовать различные методы прогнозирования показателей рыночной конъюнктуры.

Владеть:

- навыками применения в практической деятельности, полученной в результате исследований информации.

ПК-2 знанием методов научных исследований и владение навыками их проведения

В результате изучения дисциплины студент должен:

Знать:

- методологию исследования, аналитические модели и поисковые вопросы, влияющие на разработку плана маркетингового исследования.

Уметь:

- использовать различные методы прогнозирования показателей рыночной конъюнктуры.

Владеть:

- навыками проведения маркетинговых исследований.

2. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина относится к вариативной части блока 1 «Дисциплина (модули)» образовательной программы подготовки магистров по магистерской программе: Вычислительные системы в экономике направления 09.04.01 Информатика и вычислительная техника (индекс дисциплины в соответствии с учебным планом: Б1.В.ДВ.2.1).

В соответствии с учебным планом по направлению 09.04.01 Информатика и вычислительная техника дисциплина «Маркетинг информационных продуктов и услуг» (Б1.В.ДВ.2.1) базируется на дисциплинах, освоенных в результате обучение по программе бакалавриата.

Знания, умения и навыки, полученные студентами в процессе изучения дисциплины, являются базой для изучения следующих дисциплин:

«Интеллектуальные системы»
«Современные проблемы информатики и вычислительной техники»
«Администрирование промышленных СУБД»
«Методология научного исследования»
«Предметно-ориентированные экономические информационные системы»
«Современные информационные технологии в экономике»
«Современные проблемы российского менеджмента»
«Информационные системы и технологии экономического анализа и прогнозирования»
«Вычислительные системы»
«Управление ИТ-проектами»

«Методы оптимизации»
«Предпринимательство в информационной сфере»

Знания, умения и навыки, полученные студентами в процессе изучения дисциплины, являются базой для прохождения учебной, педагогической и преддипломной практик, для выполнения научно-исследовательской работы, для прохождения государственной итоговой аттестации (выпускная квалификационная работа -магистерская диссертация).

3. Объем дисциплины в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся

Аудиторная работа

Цикл:	Блок 1	Семестр
Часть цикла:	Вариативная часть	
Индекс дисциплины по учебному плану:	Б1.В.ДВ.2.1	
Часов (всего) по учебному плану:	180	1 семестр
Трудоемкость в зачетных единицах (ЗЕТ)	5	1 семестр
Лекции (ЗЕТ, часов)	0,5 ЗЕТ, 18 час	1 семестр
Практические занятия (ЗЕТ, час)	0,5 ЗЕТ, 18 час	1 семестр
Лабораторные работы (ЗЕТ, час)	----------	----------
Курсовая работа (ЗЕТ, час)	0,5 ЗЕТ, 18 час	1 семестр
Объем самостоятельной работы по учебному плану (ЗЕТ, часов всего)	3,5 ЗЕТ, 126 час	1 семестр
Зачет с оценкой (в объеме самостоятельной работы)	0,5 ЗЕТ, 18 час	1 семестр
Экзамен	----------	----------

Самостоятельная работа студентов

Вид работ	Трудоёмкость, ЗЕТ, час
Изучение материалов лекций (лк)	1 ЗЕТ, 36 час
Подготовка к практическим занятиям (пз)	0,5 ЗЕТ, 18 час
Подготовка к защите лабораторной работы (лаб)	----------
Выполнение расчетно-графической работы	----------
Выполнение реферата	----------
Выполнение курсовой работы	0,5 ЗЕТ, 18 час
Самостоятельное изучение дополнительных материалов дисциплины (СРС)	1 ЗЕТ, 36 час
Подготовка к тестированию	----------
Подготовка к зачету	0,5 ЗЕТ, 18 час
Всего (в соответствии с УП)	**3,5 ЗЕТ, 126 час**
Подготовка к экзамену	----------

4. Содержание дисциплины, структурированное по темам с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий

№ п/п	Темы дисциплины	Всего часов на тему	Виды учебных занятий, включая самостоятельную работу студентов и трудоемкость (в часах) (*в соответствии с УП*)					
			лк	пр	лаб	КР	СРС	в т.ч. интеракт.
1	2	3	4	5	6	7	8	9
1	Основные характеристики информационных продуктов и услуг как	31	2	2	-	2	25	3

	товара. Информационные продукты и услуги как товар							
2	Анализ рыночных возможностей, сегментирование, отбор целевых сегментов, позиционирование. Особенности для рынка информационных продуктов и услуг	37	4	4	-	4	25	4
3	Процесс маркетинговых исследований рынка информационных продуктов и услуг: отличительные особенности	37	4	4	-	4	25	4
4	Разработка и практическая реализация комплекса маркетинга	37	4	4	-	4	25	3
5	Специфика продвижения информационных продуктов и услуг	38	4	4	-	4	26	4
всего по видам учебных занятий		**180**	**18**	**18**	**-**	**18**	**126**	18

Содержание по видам учебных занятий

Тема 1 Основные характеристики информационных продуктов и услуг как товара. Информационные продукты и услуги как товар

Лекция 1 Сущность, особенности и значение рынка информационных услуг

Практическое занятие 1. Рынок информационных продуктов и услуг: особенности и характеристики

Консультация по курсовой работе (2 час)

Самостоятельная работа студента (СРС, 25 час)

Подготовка к лекции (7 час)

Подготовка к практическим занятиям (3 час)

Выполнение курсовой работы (2 час)

Изучение дополнительного теоретического материала (10 час)

Подготовка к зачету (3 час)

Текущий контроль:

- устный опрос: собеседование; групповая дискуссия, защита курсовой работы.

- письменный опрос: проверка конспектов лекций и дополнительных материалов; проверка отчета по курсовой работе.

Тема 2 Анализ рыночных возможностей, сегментирование, отбор целевых сегментов, позиционирование. Особенности для рынка информационных продуктов и услуг

Лекция 2-3 Особенности анализа рыночных возможностей рынка информационных продуктов и услуг. (4 час)

Практическое занятие 2-3 Особенности сегментирования, отбора целевых рынков и позиционирования на рынке информационных продуктов и услуг. (4 час)

Консультация по курсовой работе (4 час)

Самостоятельная работа студента (СРС, 25 час)

Подготовка к лекции (7 час)

Подготовка к практическим занятиям (4 час)

Выполнение курсовой работы (4 час)

Изучение дополнительного теоретического материала (7 час)

Подготовка к зачету (3 час)

Текущий контроль:

- устный опрос: собеседование; групповая дискуссия, защита курсовой работы.

- письменный опрос: проверка конспектов лекций и дополнительных материалов; проверка отчета по курсовой работе.

Тема 3 Процесс маркетинговых исследований рынка информационных продуктов и услуг: отличительные особенности

Лекция 4-5. Выбор методов проведения маркетинговых исследований. Содержание и методы проведения маркетинговых исследований рынка информационных продуктов и услуг

Практическое занятие 4-5 Виды, источники и методы сбора маркетинговой информации для рынка программного обеспечения (4 час)

Консультация по курсовой работе (4 час)

Самостоятельная работа студента (СРС, 25 час)

Подготовка к лекции (7 час)

Подготовка к практическим занятиям (4 час)

Выполнение курсовой работы (4 час)

Изучение дополнительного теоретического материала (7 час)

Подготовка к зачету (3 час)

Текущий контроль:

- устный опрос: собеседование; групповая дискуссия, защита курсовой работы.

- письменный опрос: проверка конспектов лекций и дополнительных материалов; проверка отчета по курсовой работе.

Тема 4 Разработка и практическая реализация комплекса маркетинга

Лекция 6-7 Стратегия маркетинга, формирование продуктовой и ценовой политик. (4 час)

Практическое занятие 6-7 Формирование спроса и стимулирование сбыта. (4 час)

Консультация по курсовой работе (4 час)

Самостоятельная работа студента (СРС, 25 час)

Подготовка к лекции (7 час)

Подготовка к практическим занятиям (4 час)

Выполнение курсовой работы (4 час)

Изучение дополнительного теоретического материала (7 час)

Подготовка к зачету (3 час)

Текущий контроль:

- устный опрос: собеседование; групповая дискуссия, защита курсовой работы.

- письменный опрос: проверка конспектов лекций и дополнительных материалов; проверка отчета по курсовой работе.

Тема 5 Специфика продвижения информационных продуктов и услуг

Лекция 8-9. Специфика продвижения информационных продуктов и услуг на разных стадиях жизненного цикла. Выбор формы продвижения информационных продуктов и услуг в зависимости от особенностей товара. (4 час)

Практическое занятие 8-9. Организация процесса рекламной компании. Определение рекламного бюджета на информационные продукты и услуги. (4 час)

Консультация по курсовой работе (4 час)

Самостоятельная работа студента (СРС, 26 час)

Подготовка к лекции (8 час)

Подготовка к практическим занятиям (3 час)

Выполнение курсовой работы (4 час)

Изучение дополнительного теоретического материала (5 час)

Подготовка к зачету (6 час)

Текущий контроль:

- устный опрос: собеседование; групповая дискуссия, защита курсовой работы.

- письменный опрос: проверка конспектов лекций и дополнительных материалов; проверка отчета по курсовой работе.

Промежуточная аттестация по дисциплине:

Изучение дисциплины заканчивается зачетом с оценкой. Зачет проводится в соответствии с Положением о зачетной и экзаменационной сессиях в ФГБОУ ВО «НИУ «МЭИ» и инструктивным письмом от 14.05.2012 г. № И-23.

Зачет по дисциплине проводится в устной форме.

5. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

Для обеспечения самостоятельной работы разработаны:

- учебно-методическое обеспечение лекционных занятий
- учебно-методическое обеспечение практических занятий
- методические указания к курсовой работе:
- методические рекомендации к самостоятельной работе студентов по дисциплине «Маркетинг информационных продуктов и услуг»

Учебно-методическое обеспечение аудиторной и внеаудиторной самостоятельной работы студентов, обучающихся по дисциплине «Маркетинг информационных продуктов и услуг» представлены в методических указаниях для обучающихся по освоению дисциплины.

6. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине

6.1 Перечень компетенций с указанием этапов их формирования

При освоении дисциплины формируются следующие компетенции: ОК-2, ОК-7, ОК-8, ОПК-2, ПК-2.

Указанные компетенции формируются в соответствии со следующими этапами:

1. Формирование и развитие теоретических знаний, предусмотренных указанными компетенциями (лекционные занятия, самостоятельная работа студентов).
2. Приобретение и развитие практических умений, предусмотренных компетенциями (практические занятия, самостоятельная работа студентов).
3. Закрепление теоретических знаний, умений и практических навыков, предусмотренных компетенциями, в ходе защит курсовой работы, а также решения конкретных задач на практических занятиях, успешной сдачи зачета.

Матрица соотнесения тем/разделов дисциплины и формируемых в них компетенций

Темы, разделы дисциплины	Количество часов	Код компетенции					
		ОК-2	ОК-7	ОК-8	ОПК-2	ПК-2	Σ общее количество компетенций
Тема 1. Основные характеристики информационных продуктов и услуг как товара. Информационные продукты и услуги как товар	31	+	+	+	+	+	5
Тема 2. Анализ рыночных возможностей, сегментирование, отбор целевых сегментов, позиционирование. Особенности для рынка информационных продуктов и услуг	37		+	+			2
Тема 3. Процесс маркетинговых исследований рынка информационных продуктов и услуг: отличительные особенности	37	+	+		+	+	4

Тема 4. Разработка и практическая реализация комплекса маркетинга	37		+	+			2
Тема 5. Специфика продвижения информационных продуктов и услуг	38			+		+	2
Итого	**180**	2	4	4	2	3	**15**

6.2 Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описания шкал оценивания

Сформированность каждой компетенции в рамках освоения данной дисциплины оценивается по трехуровневой шкале:

- пороговый уровень является обязательным для всех обучающихся по завершении освоения дисциплины;
- продвинутый уровень характеризуется превышением минимальных характеристик сформированности компетенции по завершении освоения дисциплины;
- эталонный уровень характеризуется максимально возможной выраженностью компетенции и является важным качественным ориентиром для самосовершенствования.

Уровень сформированности каждой компетенции на различных этапах ее формирования в процессе освоения данной дисциплины оценивается в ходе текущего контроля успеваемости и представлен различными видами оценочных средств.

Для оценки сформированности в рамках данной дисциплины компетенции ОК-2 «Способность понимать роль науки в развитии цивилизации, соотношение науки и техники, иметь представление о связанных с ними современных социальных и этических проблемах, понимать ценность научной рациональности и ее исторических типов» преподавателем оценивается содержательная сторона и качество материалов, представленных в конспектах лекций и дополнительных материалов, в отчете студента по курсовой работе. Учитываются также ответы студента на вопросы по соответствующим видам занятий при текущем контроле – собеседование, разбор конкретных ситуаций, опрос по выполнению заданий практических занятий, защита курсовой работы.

Принимается во внимание

наличие знаний:

- о роли науки в развитии цивилизации;

наличие **умений**:

- проводить научные исследования для принятия решений в сфере информационных продуктов и услуг;
- использовать и анализировать информацию, как средство достижения поставленных целей.

Таблица - Показатели и критерии оценивания уровня сформированности компетенции ОК-2 «Способность понимать роль науки в развитии цивилизации, соотношение науки и техники, иметь представление о связанных с ними современных социальных и этических проблемах, понимать ценность научной рациональности и ее исторических типов»

Результаты освоения (Показатели)	Уровни сформирован-ности	Критерии оценивания	Оценка (шкала оценивания)	Оцениваемая форма контроля
Знать: - роль науки в развитии цивилизации; Уметь: - проводить научные исследования для принятия решений в сфере информационных	Эталонный.	Способен собрать и проанализировать необходимую информацию для решения задач в сфере информационных продуктов и услуг. Понимает роль науки в развитии цивилизации. Умеет анализировать социальные и	5	Конспект лекций Конспект дополнительных материалов Отчёт по КР Собеседование Разбор

продуктов и услуг - использовать и анализировать информацию, как средство достижения поставленных целей;		этические проблемы в разрезе информационных продуктов и услуг.		конкретных ситуаций Защита КР Зачет в устной форме
	Продвинутый	Понимает роль науки в развитии цивилизации. Умеет анализировать социальные и этические проблемы в разрезе информационных продуктов и услуг.	4	
	Пороговый	Способен собрать необходимую информацию для решения задач в сфере информационных продуктов и услуг.	3	
	Ниже порогового	Не способен ни собрать, ни проанализировать необходимую информацию для решения поставленных задач	2	

Для оценки сформированности в рамках данной дисциплины компетенции ОК-7 «Способность самостоятельно приобретать с помощью информационных технологий и использовать в практической деятельности новые знания и умения, в том числе в новых областях знаний, непосредственно не связанных со сферой деятельности» преподавателем оценивается содержательная сторона и качество материалов, представленных в конспектах лекций и дополнительных материалов, в отчете студента по курсовой работе. Учитываются также ответы студента на вопросы по соответствующим видам занятий при текущем контроле – собеседование, разбор конкретных ситуаций, опрос по выполнению заданий практических занятий, защита курсовой работы.

Принимается во внимание

наличие знаний:

- категорий «самостоятельная работа студентов», «самоорганизация», «самоконтроль», «самообразование»;
- о формах, технологиях организации самостоятельной работы;

наличие **умений**:

- системно анализировать, обобщать информацию, формулировать цели и самостоятельно находить пути их достижения;
- использовать в образовательном процессе разнообразные ресурсы;

присутствие **навыков:**

- самоконтроля, самоанализа, демонстрировать стремление к самосовершенствованию, познавательную активность.

Таблица - Показатели и критерии оценивания уровня сформированности компетенции ОК-7 «Способность самостоятельно приобретать с помощью информационных технологий и использовать в практической деятельности новые знания и умения, в том числе в новых областях знаний, непосредственно не связанных со сферой деятельности

Результаты освоения (Показатели)	Уровни сформирован-ности	Критерии оценивания	Оценка (шкала оценивания)	Оцениваемая форма контроля
Знать: - понятия «самостоятельная работа студентов», «самоорганизация», «самоконтроль», «самообразование»;	Эталонный.	Способен самостоятельно изучить дополнительный материал и корректно использовать его в ходе выполнения лабораторных и курсовой работ.	5	Конспект лекций Конспект дополнительных материалов Отчёт по КР Собеседование

- формы, технологии организации самостоятельной работы; Уметь: - системно анализировать, обобщать информацию, формулировать цели и самостоятельно находить пути их достижения; - использовать в образовательном процессе разнообразные ресурсы; Владеть: - способами самоконтроля, самоанализа, демонстрировать стремление к самосовершенствованию, познавательную активность.	Продвинутый	Способен самостоятельно изучить дополнительный материал и корректно использовать его в ходе выполнения курсовой работы	4	Разбор конкретных ситуаций Защита КР Зачет в устной форме
	Пороговый	Способен самостоятельно изучить дополнительный материал	3	
	Ниже порогового	Не способен самостоятельно изучить дополнительный материал	2	

Для оценки сформированности в рамках данной дисциплины компетенции ОК-8 «Способность к профессиональной эксплуатации современного оборудования и приборов (в соответствии с целями магистерской программы)» преподавателем оценивается содержательная сторона и качество материалов, представленных в конспектах лекций и дополнительных материалов, в отчете студента по курсовой работе. Учитываются также ответы студента на вопросы по соответствующим видам занятий при текущем контроле – собеседование, разбор конкретных ситуаций, опрос по выполнению заданий практических занятий, защита курсовой работы.

Принимается во внимание

наличие знаний:

- современных программных средств и информационных технологий, используемых в маркетинговой деятельности;

наличие **умений**:

- осуществлять выбор программных средств для решения основных задач маркетинговой деятельности;

присутствие **навыков:**

- работы с маркетинговыми информационными системами

Таблица - Показатели и критерии оценивания уровня сформированности компетенции ОК-8 «Способностью к профессиональной эксплуатации современного оборудования и приборов (в соответствии с целями магистерской программы)»

Результаты освоения (Показатели)	Уровни сформирован-ности	Критерии оценивания	Оценка (шкала оценивания)	Оцениваемая форма контроля
Знать: - современные программные средства и информационные технологии, используемые в маркетинговой деятельности; Уметь: - осуществлять выбор программных средств	Эталонный.	Знает существующие информационные для автоматизации маркетинговой деятельности. Может назвать их преимущества и недостатки. На основе этого способен осуществить выбор программных средств для решения поставленных задач.	5	Конспект лекций Конспект дополнительных материалов Отчёт по КР Собеседование Разбор конкретных ситуаций Защита КР Зачет в устной
	Продвинутый	Знает существующие информационные системы для автоматизации маркетинговой деятельности. Может назвать их преимущества и недостатки.	4	

для решения основных задач маркетинговой деятельности Владеть: - навыками работы с маркетинговыми информационными системами	Пороговый	Знает существующие информационные системы для автоматизации маркетинговой деятельности.	3	форме
	Ниже порогового	Не знает существующие информационные системы для автоматизации маркетинговой деятельности.	2	

Для оценки сформированности в рамках данной дисциплины компетенции ОПК-2 «Культура мышления, способность выстраивать логику рассуждений и высказываний, основанных на интерпретации данных, интегрированных из разных областей науки и техники, выносить суждения на основании неполных данных» преподавателем оценивается содержательная сторона и качество материалов, представленных в конспектах лекций и дополнительных материалов, в отчете студента по курсовой работе. Учитываются также ответы студента на вопросы по соответствующим видам занятий при текущем контроле – собеседование, разбор конкретных ситуаций, опрос по выполнению заданий практических занятий, защита курсовой работы.

Принимается во внимание

наличие знаний:

- о современных методах прогнозирования показателей рыночной конъюнктуры;

наличие **умений**:

- применять количественные и качественные методы анализа при принятии управленческих решений;
- использовать различные методы прогнозирования показателей рыночной конъюнктуры.

присутствие **навыков:**

применения в практической деятельности, полученной в результате исследований информации.

Таблица - Показатели и критерии оценивания уровня сформированности компетенции ОПК-2 «Культура мышления, способность выстраивать логику рассуждений и высказываний, основанных на интерпретации данных, интегрированных из разных областей науки и техники, выносить суждения на основании неполных данных»

Результаты освоения (Показатели)	Уровни сформирован-ности	Критерии оценивания	Оценка (шкала оценивания)	Оцениваемая форма контроля
Знать: - современные методы прогнозирования показателей рыночной конъюнктуры; Уметь: - использовать различные методы прогнозирования показателей рыночной конъюнктуры. Владеть: - навыками применения в практической деятельности, полученной в результате исследований информации.	Эталонный.	Корректное применение методов анализа. Знание методов прогнозирования для анализа рыночной конъюнктуры, а также их применение. Способность анализа полученной в результате маркетинговых исследований информации. Может проанализировать последствия принятых решений.	5	Конспект лекций Конспект дополнительных материалов Отчёт по КР Собеседование Разбор конкретных ситуаций Защита КР Зачет в устной форме
	Продвинутый	Знание методов прогнозирования для анализа рыночной конъюнктуры. Способность анализа полученной в результате маркетинговых исследований информации.	4	
	Пороговый	Перечисление методов прогнозирования для анализа рыночной конъюнктуры	3	
	Ниже порогового	Не знание методов прогнозирования для анализа рыночной конъюнктуры	2	

Для оценки сформированности в рамках данной дисциплины компетенции ПК-2 «Знание методов научных исследований и владение навыками их проведения» преподавателем оценивается содержательная сторона и качество материалов, представленных в конспектах лекций и дополнительных материалов, в отчете студента по курсовой работе. Учитываются также ответы студента на вопросы по соответствующим видам занятий при текущем контроле – собеседование, разбор конкретных ситуаций, опрос по выполнению заданий практических занятий, защита курсовой работы.

Принимается во внимание

наличие знаний:

- методологии исследования, аналитические модели и поисковые вопросы, влияющие на разработку плана маркетингового исследования.

наличие **умений**:

- применять количественные и качественные методы анализа при принятии управленческих решений;

присутствие **навыков:**

- проведения маркетинговых исследований.

Таблица - Показатели и критерии оценивания уровня сформированности компетенции ПК-2 «Знание методов научных исследований и владение навыками их проведения»

Результаты освоения (Показатели)	Уровни сформирован-ности	Критерии оценивания	Оценка (шкала оценивания)	Оцениваемая форма контроля
Знать: - методологию исследования, аналитические модели и поисковые вопросы, влияющие на разработку плана маркетингового исследования. Уметь: - применять количественные и качественные методы анализа при принятии управленческих решений; Владеть: - навыками проведения маркетинговых исследований.	Эталонный.	Способен корректно выбрать методы проведения маркетингового исследования в зависимости от конкретной отраслевой ситуации. Способен интерпретировать и корректно использовать полученную информацию. Знает особенности для информационных продуктов и услуг.	5	Конспект лекций Конспект дополнительных материалов Отчёт по КР Собеседование Разбор конкретных ситуаций Защита КР Зачет в устной форме
	Продвинутый	Знает этапы процесса маркетингового исследования и методы проведения маркетингового исследования. Знает особенности для информационных продуктов и услуг.	4	
	Пороговый	Знает методы и инструменты маркетинговых исследований.	3	
	Ниже порогового	Не знает методов и инструментов маркетингового исследования	2	

Критерии оценки результатов сформированности компетенций при использовании различных форм контроля.

Критерии оценивания конспекта лекций и конспекта дополнительных материалов:

Оценки «отлично» заслуживает студент, который привел развёрнутые ответы на все вопросы конспектирования с приведением фактов и примеров.

Оценки «хорошо» заслуживает студент, который привел развёрнутые ответы на все вопросы конспектирования с незначительным числом фактов и примеров.

Оценки «удовлетворительно» заслуживает студент, который привел ответы на все вопросы конспектирования.

Оценки «неудовлетворительно» заслуживает студент, который не предоставил конспект.

Критерии оценивания собеседования (устного опроса), разбора конкретных ситуаций:
Оценки «отлично» заслуживает студент, который полно и развернуто ответил на вопрос.
Оценки «хорошо» заслуживает студент, который полно ответил на вопрос.
Оценки «удовлетворительно» заслуживает студент, который не полно ответил на вопрос.
Оценки «неудовлетворительно» заслуживает студент, который не ответил на вопрос.

Критерии оценивания результатов уровня сформированности компетенции в процессе выполнения и защиты курсовой работы представлены в таблице.

Таблица - Критерии оценивания сформированности компетенций в процессе выполнения и защиты курсовой работы

Критерии оценки (компетенции)	Уровень освоения компетенций (оценка в баллах)				Баллы
	эталонный (5)	продвинутый (4)	пороговый (3)	ниже порогового (2)	
Актуальность темы (ОК-2, ПК-2)	Актуальность темы работы аргументирована.	Актуальность темы работы сравнительно аргументирована.	Актуальность темы работы недостаточно аргументирована.	Актуальность темы работы не аргументирована.	
Содержание (раскрытие темы, достижение цели, выполнение задач) (ОК-2, ОК-7, ОК-8, ОПК-2, ПК-2)	Теоретическое содержание темы полностью раскрыто; проведен полный анализ практического материала; аргументированы выводы, обоснованы предложения. Цель достигнута. Задачи выполнены.	Теоретическое содержание темы в основном раскрыто; анализ практического материала недостаточно полный; выводы недостаточно аргументированы, предложения в основном обоснованы. Цель достигнута. Задачи выполнены.	Теоретическое содержание темы раскрыто поверхностно; анализ практического материала не полный; выводы сформулированы в общей форме и не конкретны; неполное обоснование предложений. Цель достигнута частично. Некоторые задачи не выполнены.	Теоретическое содержание темы не раскрыто; достаточно поверхностный анализ практического материала; выводы и предложения не сформулированы. Поставленная цель не достигнута. Задачи не выполнены.	
Оформление работы (ОК-8)	Строго в соответствии с требованиями.	Допущено несколько незначительных неточностей.	Оформление с допустимыми погрешностями.	Значительные нарушения требований.	
Публикации (ОК-7)	Имеются публикации по теме работы	***При отсутствии публикации проставляется оценка – 0 баллов***			
Доклад (ОПК-2)	Доклад содержателен, логичен; отражает результаты работы, лимит времени не превышен. Студент не читает доклад с листа, показывает высокое владение профессиональным языком.	Доклад относительно содержателен, логичен, в основном отражает результаты работы, лимит времени превышен незначительно. Студент не читает доклад с листа, хорошо владеет профессиональным языком.	Доклад логически не проработан, плохо отражает результаты работы, лимит времени превышен значительно. Студент в основном читает доклад с листа, удовлетворительно владеет профессиональным языком.	Доклад не содержателен, логически не выстроен, не отражает результаты работы, лимит времени превышен значительно. Студент читает доклад с листа, слабо владеет профессиональным языком.	
Презентация (ОК-8)	Не повторяет текст доклада, содержит графики, схемы, иллюстрирующие результаты работы. Информация отлично читаема с экрана; цветовое оформление не мешает восприятию информации, текст не содержит ошибок.	Незначительно повторяет текст доклада, содержит графики, схемы, в основном иллюстрирующие результаты работы. Информация хорошо читаема с экрана; цветовое оформление не способствует хорошему восприятию информации, текст не содержит ошибок	Значительно повторяет текст доклада, содержит графики, схемы, недостаточно полно иллюстрирующие результаты работы. Информация удовлетворительно читаема с экрана; цветовое оформление неудачное, текст содержит небольшое количество ошибок	Значительно повторяет текст доклада; содержит в основном текстовые слайды слабо иллюстрирующие результаты работы. Информация плохо читаема с экрана; цветовое оформление мешает восприятию информации, текст содержит большое количество ошибок	

Ответы на вопросы (ОК-2, ОПК-2, ПК-2)	Ответы правильные, полные, логичные, убедительные; высокое владение профессиональным языком, аргументированная защита своей точки зрения.	Ответы в основном правильные, полные, логичные; хорошее владение профессиональным языком, средняя аргументация и защита своей точки зрения	Не на все вопросы даны полные, логичные ответы; удовлетворительное владение профессиональным языком, низкая способность защиты своей точки зрения	Отсутствие правильных ответов на вопросы; плохое владение профессиональным языком, неспособность защиты своей точки зрения	

Критерии оценивания результатов уровня сформированности компетенции в процессе выполнения и защиты курсовых работ представлены в методических указаниях для обучающихся по освоению дисциплины.

Формой промежуточной аттестации по данной дисциплине является зачет с оценкой, оцениваемый по принятой в ФГБОУ ВО «НИУ «МЭИ» четырехбалльной системе: «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно».

Зачет с оценкой проводится в устной форме (собеседование). Критерии оценивания:

Оценки «отлично» заслуживает студент, обнаруживший всестороннее, систематическое и глубокое знание материалов изученной дисциплины, умение свободно выполнять задания, предусмотренные программой, усвоивший основную и знакомый с дополнительной литературой, рекомендованной рабочей программой дисциплины; проявивший творческие способности в понимании, изложении и использовании материалов изученной дисциплины, безупречно ответившему не только на вопросы, но и на дополнительные вопросы в рамках рабочей программы дисциплины, правильно выполнившему практические задания.

Оценки «хорошо» заслуживает студент, обнаруживший полное знание материала изученной дисциплины, успешно выполняющий предусмотренные задания, усвоивший основную литературу, рекомендованную рабочей программой дисциплины; показавшему систематический характер знаний по дисциплине, ответившему на все вопросы, правильно выполнившему практические задания, но допустившему при этом непринципиальные ошибки.

Оценки «удовлетворительно» заслуживает студент, обнаруживший знание материала изученной дисциплины в объеме, необходимом для дальнейшей учебы и предстоящей профессиональной деятельности, справляющийся с выполнением заданий, знакомый с основной литературой, рекомендованной рабочей программой дисциплины; допустивший погрешность в ответе на теоретические вопросы и/или при выполнении практических заданий, но обладающий необходимыми знаниями для их устранения под руководством преподавателя, либо неправильно выполнившему практическое задание, но по указанию преподавателя выполнивший другие практические задания из того же раздела дисциплины.

Оценка «неудовлетворительно» выставляется студенту, обнаружившему серьезные пробелы в знаниях основного материала изученной дисциплины, допустившему принципиальные ошибки в выполнении заданий, не ответившему на все вопросы и неправильно выполнившему практическое задание (неправильное выполнение только практического задания не является однозначной причиной для выставления оценки «неудовлетворительно»). Как правило, оценка «неудовлетворительно ставится студентам, которые не могут продолжить обучение по образовательной программе без дополнительных занятий по соответствующей дисциплине (формирования и развития компетенций, закрепленных за данной дисциплиной). Оценка «неудовлетворительно» выставляется также, если студент отказался сдавать зачет или нарушил правила сдачи зачета (списывал, подсказывал, обманом пытался получить более высокую оценку и т.д.).

Оценка по зачету выводится с учетом совокупного результата освоения всех компетенций по данной дисциплине (в соответствии с инструктивным письмом НИУ МЭИ от 14 мая 2012 года № И-23). Оценка зачета по дисциплине определяется как среднее арифметическое значение оценок по всем видам текущего контроля и оценки итогового собеседования.

В зачетную книжку студента и выписку к диплому выносится оценка по курсовой работе и оценка зачета по дисциплине за 1 семестр.

6.3 Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы

Оценка знаний, умений и навыков в процессе изучения дисциплины производится с использованием фонда оценочных средств.

Вопросы по формированию и развитию теоретических знаний, предусмотренных компетенциями, закрепленными за дисциплиной (примерные вопросы по лекционному материалу дисциплины):

1 Сущность информационного маркетинга.

2 Информация как предмет коммерческого распространения и потребления. Особенности маркетинга информационных продуктов и услуг.

3 Состояние российского информационного рынка.

4 Основные характеристики информационных продуктов и услуг как товара. Информационные продукты и услуги как товар.

5 Классификация информационных потребностей. Способы удовлетворения потребностей на рынке информационных продуктов и услуг.

6 Организация исследований рынка информационных продуктов и услуг. Методы маркетинговых исследований. Сегментация рынка информационных продуктов и услуг.

7 Основы формирования спроса и предложения на рынке информационных продуктов и услуг.

8 Оценка конкурентоспособности информационных продуктов и услуг. Лицензирование программного продукта, как средства обеспечения информационной безопасности.

9 Ценообразование на рынке информационных услуг. Ценовая политика предприятия как важнейший инструмент маркетинга.

10 Основные модели, используемые в ценообразовании. Факторы, определяющие цену информационных продуктов и услуг.

11 Расчет цены на информационные услуги. Расчет цены программного продукта.

12 Вида ценовых стратегий, используемых на рынке информационных продуктов и услуг.

13 Товародвижение, реализация и сервис на рынке информационных продуктов и услуг. Типы и характеристики каналов распространения информационных продуктов и услуг. Выбор каналов товародвижения на рынке информационных продуктов и услуг.

14 Организационно-правовые формы распространения товаров на рынке информационных продуктов и услуг. Сервис на рынке информационных продуктов и услуг.

15 Стимулирование и продвижение информационных услуг и продуктов на рынок. Виды, функции и средства рекламирования информационных продуктов и услуг.

16 Специфика продвижения информационных продуктов и услуг на разных стадиях жизненного цикла. Выбор формы продвижения информационных продуктов и услуг в зависимости от особенностей товара.

17 Организация процесса рекламной компании. Определение рекламного бюджета на информационных продуктов и услуг

Вопросы по приобретению и развитие практических умений, предусмотренных компетенциями, закрепленными за дисциплиной

Примеры вопросов к практическим занятиям:

Задание 1. Выберите несколько потребностей и подберите информационные продукты и услуги, удовлетворяющие данные потребности. Заполните таблицу на основании своих ответов.

Задание 2. Вспомните какой-либо информационный продукт или услугу, который вы приобретали сами. Постарайтесь восстановить процесс совершения выбора, которому вы следовали, источники информации, к которым вы обращались, и ваш подход к решению этой проблемы.

Используйте при этом следующие знания:

информационные издержки на просмотр, на восприятие, на цвет

оправданность информации;

от чего зависит потребность в дополнительной информации;

источники информации.

Учебные ситуации для практических занятий представлены в методических указаниях для обучающихся по освоению дисциплины.

Описание деловых и ролевых игр представлены в методических указаниях для обучающихся по освоению дисциплины.

Темы курсовой работы:

1. Информация как предмет коммерческого распространения
2. Формирование рыночных отношений в сфере производства и распространения информации
3. Технологии и индустрия коммерческого распространения информации
4. Понятие информационного продукта и информационной услуги
5. Жизненный цикл информационного продукта
6. Рынок информационных продуктов и услуг
7. Структура рынка информационных продуктов и услуг
8. Особенности ценообразования программных продуктов
9. Технология создания новых информационных продуктов и услуг
10. Система управления информационными продуктами и услугами
11. Понятие информационной системы маркетинга
12. Сегментирование рынка информационной продукции
13. Маркетинговые исследования рынка информационных продуктов и услуг
14. Методы стратегического анализа и планирования
15. Выбор стратегии роста
16. Реклама на рынке информационных продуктов и услуг
17. Понятия первичной и вторичной продаж для информационных продуктов и услуг
18. Планирование информационного маркетинга
19. Контроль за выполнением программы маркетинга информационных продуктов и услуг
20. Содержательные и формальные характеристики информации
21. Недостатки действующего законодательства в рамках регулирования рынка информационных продуктов и услуг
22. Зарубежный опыт информационной деятельности

6.4 Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций

Процедуры оценивания знаний, умений, навыков, характеризующих этапы формирования компетенций, изложены в п.6.1 и 6.2 настоящей программы и в методических указания для обучающихся по освоению дисциплины.

7. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины

а) основная литература:

1 Гавриленко, Н.И. Маркетинг [электронный ресурс] : учебное пособие / Н.И. Гавриленко. - М. ; Берлин : Директ-Медиа, 2015. - 194 с. Режим доступа : http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=273611
2 Управление маркетингом [электронный ресурс] : учебное пособие / под ред. А.В. Коротков, И.М. Синяева. - 2-е изд., перераб. и доп. - М. : Юнити-Дана, 2015. - 463 с. Режим доступа : http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114556

б) дополнительная литература:

1 Берёза Н.В. Рынок информационных услуг: современные тенденции и перспективы развития / Н.В. Берёза. - М. : Директ-Медиа, 2014. - 180 с. Режим доступа : http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=227195
2 Жук Е.С. Стратегический маркетинг [электронный ресурс] : учебник / Е.С. Жук, Н.П. Кетова. – Ростов-на-Дону : Издательство Южного федерального университета, 2011. - 203 с. Режим доступа : http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=241057
3 Бабич В.Н. Инновационная модель бизнес-процесса [электронный ресурс] : учебное пособие / В.Н. Бабич, А.Г. Кремлёв ; Министерство образования и науки Российской Федерации, Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б. Н. Ельцина. - Екатеринбург : Издательство Уральского университета, 2014. - 185 с. Режим доступа : http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=275629
4 Савчук Г.А. Управление маркетингом на предприятии [Электронный ресурс] : учебное пособие / Савчук Г.А., Мокерова Ю.В. – Екатеринбург : Издательство Уральского Университета, 2014. – 117 с. Режим доступа : http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=276466&razdel=255
5 Скворцова Н.А. Маркетинговая деятельность предприятия, как современная сфера бизнеса [электронный ресурс] : учебное пособие / Н.А. Скворцова. - М. ; Берлин : Директ-Медиа, 2015. - 325 с. Режим доступа : http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=363029
6 Тузова А.А. Организация службы маркетинга на предприятии [Электронный ресурс] : учебное пособие / А.А. Тузова. - М. : Интернет-Университет Информационных Технологий, 2011. - 85 с. Режим доступа : http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=234826
7 Яковлева Е.А. Международный маркетинг : [электронный ресурс] : учебное пособие / Е.А. Яковлева, М.А. Шибаев. - Воронеж : Воронежская государственная лесотехническая академия, 2012. - 88 с. Режим доступа : http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=143330

8. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» необходимых для освоения дисциплины

1 Консультант плюс [электронный ресурс]: Режим доступа : http://www.consultant.ru/online/
2 Онлайн Энциклопедия Маркетинга [электронный ресурс]: Режим доступа: http://marketopedia.ru/
3 Энциклопедия маркетинга [электронный ресурс]: Режим доступа: http://www.marketing.spb.ru/lib-research/
4 Корпоративный менеджмент [электронный ресурс] : Режим доступа: http://www.cfin.ru/marketing/
5 Записки маркетолога [электронный ресурс]: Режим доступа: http://www.marketch.ru/
6 Бизнес журнал [электронный ресурс]: Режим доступа: http://www.business-magazine.ru/
7 Административно-управленческий портал [электронный ресурс]: Режим доступа: http://www.aup.ru/books/m168/1_1.htm
8 Маркетинг журнал 4p.ru [электронный ресурс]: Режим доступа: http://www.4p.ru/main/research/
9 Блог молодого аналитика [электронный ресурс]: Режим доступа: http://humeur.ru/category/marketingovyj-analiz

9. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Дисциплина предусматривает лекции раз в две недели (по 2 часа) и практические занятие раз в две недели (по 2 часа), а также консультации к курсовой работе раз в две недели (по 2 часа). Изучение дисциплины завершается зачетом.

Успешное изучение дисциплины требует посещения лекций, активной работы на практических занятиях, выполнения всех учебных заданий преподавателя, ознакомления с основной и дополнительной литературой.

Во время **лекции** студент должен вести краткий конспект.

Работа с конспектом лекций предполагает просмотр конспекта в тот же день после занятий. При этом необходимо пометить материалы конспекта, которые вызывают затруднения для понимания. При этом обучающийся должен стараться найти ответы на затруднительные вопросы, используя рекомендуемую литературу. Если ему самостоятельно не удалось разобраться в материале, необходимо сформулировать вопросы и обратится за помощью к преподавателю на консультации или ближайшей лекции.

Обучающемуся необходимо регулярно отводить время для повторения пройденного материала, проверяя свои знания, умения и навыки по контрольным вопросам.

Практические занятия составляют важную часть профессиональной подготовки студентов. Основная цель проведения практических занятий - формирование у студентов аналитического, творческого мышления путем приобретения практических навыков.

Содержание практических занятий фиксируется в разделе 4 настоящей рабочей программы дисциплины. Основное внимание на практических занятиях уделяется формированию конкретных умений, навыков, что и определяет содержание деятельности студентов - анализ учебных ситуаций и кейсов, уточнение категорий и понятий науки, являющихся предпосылкой правильного мышления и речи.

Практические занятия выполняют следующие задачи:

- стимулируют регулярное изучение рекомендуемой литературы, а также внимательное отношение к лекционному курсу;
- закрепляют знания, полученные в процессе лекционного обучения и самостоятельной работы над литературой;
- расширяют объём профессионально значимых знаний, умений, навыков;
- позволяют проверить правильность ранее полученных знаний;
- прививают навыки самостоятельного мышления, устного выступления;
- способствуют свободному оперированию терминологией;
- предоставляют преподавателю возможность систематически контролировать уровень самостоятельной работы студентов.

При подготовке к **практическим занятиям** необходимо просмотреть конспекты лекций и методические указания, рекомендованную литературу по данной теме; подготовиться к ответу на контрольные вопросы.

По дисциплине проводится устный опрос студентов для контроля усвоения ими основных теоретических и практических знаний по теме практического занятия (студенты должны знать ответы на поставленные вопросы).

При подготовке к **зачету** в дополнение к изучению конспектов лекций, учебных пособий и слайдов, необходимо пользоваться учебной литературой, рекомендованной настоящей программой. При подготовке к зачету нужно изучить определения всех понятий и теоретические подходы до состояния понимания материала.

Самостоятельная работа студентов (СРС) по дисциплине играет важную роль в ходе всего учебного процесса. Методические материалы и рекомендации для обеспечения СРС готовятся преподавателем и выдаются студенту. Методические материалы и рекомендации для

обеспечения самостоятельной работы студентов представлены в методических указаниях для обучающихся по освоению дисциплины.

10. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости)

При проведении **лекционных** занятий предусматривается использование систем мультимедиа.

При выполнении **курсовой работы** студентами предусматривается использование программного обеспечения Microsoft Office (электронные таблицы Microsoft Excel и текстовый редактор Microsoft Word).

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

Лекционные занятия проводятся в аудитории № 218, оснащенной презентационной мультимедийной техникой (проектор, экран, ноутбук) и обычной доской.

Практические занятия по данной дисциплине проводятся в аудитории, оборудованной учебной мебелью и обычной доской.

Консультации по курсовой работе проводятся в аудитории, оборудованной учебной мебелью и обычной доской

Авторы

канд. экон. наук, доцент В.В. Гимаров

канд. экон. наук, доцент Д.Ю. Шутова

Зав. кафедрой МИТЭ
д-р техн. наук, профессор М.И. Дли

Программа одобрена на заседании кафедры Менеджмента и информационных технологий в экономике от 28 августа 2015 года, протокол № 1

ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ									
Номер изменения	Номера страниц				Всего страниц в документе	Наименование и № документа, вводящего изменения	Подпись, Ф.И.О. внесшего изменения в данный экземпляр	Дата внесения изменения в данный экземпляр	Дата введения изменения
	изменных	заменных	новых	аннулированных					
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10