

Учреждение образования
«Белорусский государственный университет
информатики и радиоэлектроники»

УТВЕРЖДАЮ

Проректор по учебной работе

_____ М.В. Давыдов

" ____ " _____ 20 ____ г.

Регистрационный № УД- _____ /уч.

«Товарная политика ИТ-компаний»

Учебная программа учреждения высшего образования по учебной дисциплине
для специальности:

1-40 04 01 «Информатика и технологии программирования»

2019 г.

Учебная программа учреждения высшего образования составлена на основе образовательного стандарта ОСВО 1-40 04 01-2013 и учебных планов специальности 1-40 04 01 «Информатика и технологии программирования».

Составитель:

В.Г. Горовой, старший преподаватель кафедры экономики учреждения образования «Белорусский государственный университет информатики и радиоэлектроники», магистр экономических наук.

Рецензенты:

Кафедра экономической информатики учреждения образования «Белорусский государственный университет информатики и радиоэлектроники» (протокол № 4 от 12.11.2019);

А.Н. Саевец, доцент кафедры промышленного маркетинга и коммуникаций учреждения образования «Белорусский государственный экономический университет», кандидат экономических наук, доцент.

Рассмотрена и рекомендована к утверждению:

Кафедрой экономики учреждения образования «Белорусский государственный университет информатики и радиоэлектроники» (протокол № 5 от 12.12.2019);

Научно-методическим советом учреждения образования «Белорусский государственный университет информатики и радиоэлектроники» (протокол № ____ от ____).

ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

Программа рассчитана на 108 учебных часов (3 з.е.)

План учебной дисциплины в дневной форме обучения:

Код специальности (направления специальности)	Название специальности (направления специальности)	Курс	Семестр	Аудиторных часов (в соответствии с учебным планом уво)				Академ. часов на курс. работу (проект)	Типовой расчет	Форма текущей аттестации
				Всего	Лекции	Лабораторные занятия	Практические занятия, семинары			
1-40 04 01	Информатика и технологии программирования	4	8	54	34	20	-	-	-	зачет

План учебной дисциплины в дистанционной форме обучения:

Код специальности (направления специальности)	Название специальности (направления специальности)	Курс	Семестр	Всего	Количество работ			Академ. часов на курс. работу (проект)	Форма текущей аттестации
					Контрольные работы	Лабораторные занятия	Индивидуальные практические работы		
1-40 04 01	Информатика и технологии программирования	5	10	108	2	-	1	-	зачет

Место учебной дисциплины.

В условиях свободного рынка и глобальной конкуренции, характерных для рынка информационно-коммуникационных технологий (ИКТ) и программного обеспечения (ПО), коммерческий успех программных продуктов предприятия зависит не только от технологий, использованных при их разработке, и широты предоставляемых ими функциональных возможностей, но и от умения грамотно ориентироваться на соответствующих рынках и верно определять потребности, движущие покупателями. Это требует от высшей школы подготовки специалистов, владеющих современными методами хозяйствования в условиях свободного предпринимательства и конкуренции.

Цель преподавания учебной дисциплины: раскрыть сущность и специфику товарной политики, характерные для ИТ-компаний, привить будущим техническим специалистам знания, умения и навыки, необходимые для комплексного маркетингового сопровождения цикла разработки программного продукта.

Задачи учебной дисциплины:

- усвоение основных понятий товарной политики;
- освоение методик анализа с позиции покупателя специфического товара - программный продукт;
- изучение и освоение методик анализа товарного ассортимента ИТ-компаний;
- формирование понимания основных принципов разработки нового товара.

В результате изучения учебной дисциплины «Товарная политика ИТ-компаний» формируются следующие компетенции:

академические:

- уметь применять базовые научно-теоретические знания для решения теоретических и практических задач;
- владеть системным и сравнительным анализом;
- владеть исследовательскими навыками;
- уметь работать самостоятельно;
- быть способным порождать новые идеи (обладать креативностью);
- владеть междисциплинарным подходом при решении проблем;
- обладать навыками устной и письменной коммуникации;
- уметь учиться, повышать свою квалификацию в течение всей жизни;
- использовать основные законы естественно-научных дисциплин в профессиональной деятельности;
- ориентироваться в базовых положениях экономической теории, применять их с учетом рыночной экономики;

- на научной основе организовывать свой труд, самостоятельно оценивать результаты своей деятельности;

социально-личностные:

- обладать качествами гражданственности;
- быть способным к социальному взаимодействию;
- обладать способностью к межличностным коммуникациям;
- быть способным к критике и самокритике;
- уметь работать в команде;

профессиональные:

- разрабатывать бизнес-планы создания новых технологий в области информатики и радиоэлектроники;
- оценивать конкурентоспособность и экономическую эффективность разрабатываемых технологий;
- эффективно взаимодействовать со специалистами других подразделений и предприятий, разрабатывать и оформлять соответствующую документацию.

В результате изучения учебной дисциплины студент должен:

знать:

- место и роль товарной политики в стратегическом и операционном маркетинге ИТ-компаний;
- особенности предприятий, работающих в сфере ИКТ и ПО, и специфику соответствующих рынков;
- специфику использования инструментов товарной политики применительно к программным продуктам и информационным услугам;
- основы управления и организации маркетинга в ИТ-компаниях;
- стратегии маркетинга;
- механизмы разработки маркетинговых планов, их специфику;

уметь:

- анализировать маркетинговую среду и покупательское поведение индивидуальных или корпоративных потребителей;
- разрабатывать план маркетинговых мероприятий, направленных на практическую реализацию комплекса маркетинга в отношении определенного программного продукта на определенных сегментах рынка;
- разрабатывать концепцию товарной политики ИТ-компаний на стратегическом уровне;
- управлять товарной политикой ИТ-компаний на операционном уровне;

владеть:

- способами организации маркетингового процесса на предприятии сферы ИКТ и ПО.

Перечень учебных дисциплин, усвоение которых необходимо
для изучения данной учебной дисциплины.

№ п.п.	Название учебной дисциплины	Раздел, темы
1	Маркетинг программного продукта и услуг	Все темы

1. Содержание учебной дисциплины

№ тем	Наименование разделов, тем	Содержание тем
1	2	3
1	Введение в товарную политику ИТ-компаний	Цели, задачи и основные категории товарной политики.
2	Сущность программных продуктов и услуг, их классификация и разработка	Понятие программного продукта и ИТ-услуги. Основные виды программных продуктов. Основные виды ИТ-услуг. Жизненный цикл программного продукта. Разработка программного продукта. Процесс оказания ИТ-услуг.
3	Особенности ИТ-компаний и рынка программных продуктов и услуг	Особенности рынка программных продуктов и ИТ-услуг. Основные особенности ИТ-компаний. Направления деятельности ИТ-компаний. Модели ведения бизнеса ИТ-компаний.
4	Товарная политика как важнейшая составляющая комплекса маркетинга	Товарная политика как комплекс мероприятий в системе маркетинга. Управление товарным ассортиментом как основной блок вопросов товарной политики. Товар как базовый элемент комплекса маркетинга, зависимость эффективности предприятия от высококачественного и нужного потребителю товара. Понятие товара с точки зрения теории и практики маркетинга. Товар как средство удовлетворения человеческих потребностей. Классификация новых товаров. Искусственное старение и запланированное устаревание товаров, основные принципы искусственного старения товаров и направления его предотвращения.
5	Управление ассортиментной политикой в сфере ИТ	Номенклатура и ассортимент: понятия и классификация, цель классификации товаров. Классификация номенклатуры в зависимости от доли на рынке и темпов роста объемов продаж, этапов жизненного цикла товара (далее – ЖЦТ), степени новизны, целевых сегментов, поведения покупателей и особенностей потребления товаров, сроков эксплуатации, рынков сбыта, заказчиков, удельного веса в объемах продаж. Решения в области товарного ассортимента: снятие с производства устаревших товаров, модификация выпускаемых товаров, разработка новых видов товаров. Понятие оптимального товарного ассортимента, пути наращивания ассортимента, разновидности использования стратегии его расширения. Управление товарным ассортиментом, содержание процесса управления, разработка ассортиментной концепции и формирование ассортимента как основных элементов управления ассортиментом.
6	Создание и разработка новых	Сущность, виды и значение новых товаров. Содержание понятия "нововведение", классификация нововведений (модификация, малые нововведения, значительные нововведения). Различие нововведений с

№ тем	Наименование разделов, тем	Содержание тем
1	2	3
	товаров в системе товарной политики	технологической и коммерческой доминантой. Факторы эффективности нововведений, тенденция возрастания доли эффективности новых товаров в общем количестве нововведений, ключевые факторы успеха нововведений. Процесс разработки новых товаров в системе товарной политики ИТ-компаний, длительность процесса разработки, основные этапы процесса разработки нового товара.
7	Концепция жизненного цикла товара	Сущность и значение концепции, понятие жизненного цикла товара, основные задачи и результаты использования концепции. Влияние объема продаж и прибыли от времени пребывания товара на рынке. Графики профиля жизненного цикла товара. Характеристика этапов жизненного цикла, особенности восприятия товара на каждом этапе, темпы роста объема продаж и факторы их определяющие. Стратегия маркетинга на различных стадиях ЖЦТ, цель и задачи каждого этапа, характер воздействия на спрос, политика формирования товарного ряда. Виды ЖЦТ, мода, стиль, технический прогресс, техническое и психологическое старение как факторы, определяющие жизненный цикл товара.
8	Товарный знак (знак обслуживания) как элемент товарной политики	Сопоставление содержания понятий «бренд», «товарный знак» и «торговая марка». Эффективность использования товарных знаков для производителя, потребителя и сферы торговли. Экономическая оценка товарного знака, стоимость товарного знака, факторы, определяющие величину рыночной стоимости товарного знака, методики определения его рыночной стоимости. Правовая охрана товарного знака в РФ, участие в международных соглашениях, основные положения Закона РФ «О товарных знаках и знаках обслуживания», другие нормативные документы.
9	Организация маркетинговой деятельности в ИТ-компаниях.	Планирование маркетинговой деятельности. Информационное обеспечение маркетинговой деятельности. Организационные структуры маркетинга. Мотивация труда маркетолога.

2. Информационно-методический раздел

2.1 Литература

2.1.1 Основная

2.1.1.1 Вигерс, К. Разработка требований к программному обеспечению / К. Вигерс, Д. Битти. - 3-е изд., доп. - Санкт-Петербург : BHV, 2019. - 736 с.

2.1.1.2 Котлер, Ф. Маркетинг менеджмент / Ф. Котлер, К. Л. Келлер. - 15-е изд. - Санкт-Петербург : Питер, 2018. - 848 с.

2.1.1.3 Дэвис, Д. Философия DevOps. Искусство управления IT / Д. Дэвис, К. Дэниелс. - Санкт-Петербург : Питер, 2019. - 416 с. - (O'Reilly).

2.1.1.4 IT-стартап. 10 советов для начинающих : бизнес-литература / А. Н. Жилко [и др.]. - Минск : Колорград, 2019. - 396 с.

2.1.2 Дополнительная

2.1.2.1 Экономическое обоснование проекта по разработке программного обеспечения / В. Г. Горовой, А.В. Грицай, В.А. Пархименко, Минск.- БГУИР. - 2014. [Электрон. ресурс] – Режим доступа: http://www.bsuir.by/m/12_100229_1_80049.pdf.

2.1.2.2 Закон Республики Беларусь от 10 ноября 2008 г. № 455-З «Об информации, информатизации и защите информации».

2.1.2.3 ExpertMagazine. Онлайн-журнал об Интернет-бизнесе и IT-индустрии. Алгоритм формирования цены на SEO-услуги. [Электрон. ресурс] – Режим доступа: <http://expertmagazine.ru/biblioteka/596-algoritm-formirovaniya-ceny-na-seo-uslugi.html>.

2.1.2.4 Беквит, Г. Продавая незримое. Руководство по современному маркетингу услуг / Г. Беквит. – М. : Альпина Паблишер, 2018. – 220 с.

2.1.2.5 Де Бес, Ф. Латеральный маркетинг. Технология поиска революционных идей / Ф. де Бес, Ф. Котлер. – М. : Альпина Паблишер, 2019. – 192 с.

2.1.2.6 Бринкер, С. Agile-маркетинг. Хакерские практики для эффективного бизнеса / С. Бринкер. – М. : Манн, Иванов и Фербер, 2019. – 272 с.

2.1.2.7 Картаджайа, Х. Маркетинг 4.0. Разворот от традиционного к цифровому. Технологии продвижения в интернете / Х. Картаджайа, А. Сетиаван. – М. : Эксмо, 2019. – 224 с.

2.1.2.8 Федько, В. П. Товарная политика организации / В. П. Федько. – СПб. : Питер, 2018. – 608 с.

2.1.2.9 Акулич, И. Л. Маркетинг : учебник / И. Л. Акулич. – 8-е изд. – Минск : Вышэйшая школа, 2014. – 543 с.

2.1.2.10 Купер, А. Психбольница в руках пациентов / А. Купер ; пер. с англ. – СПб. : Питер, 2018. – 384 с.

2.2 Перечень компьютерных программ, наглядных и других пособий, методических указаний и материалов, технических средств обучения, оборудования для выполнения лабораторных работ

1. Учебно-методические материалы для выполнения лабораторных работ.
2. Творческие задания по темам для самостоятельного выполнения.
3. Презентации.
4. Электронный ресурс учебной дисциплины «Товарная политика ИТ-компаний» / В.Г. Горовой, 2019.

2.3. Перечень тем лабораторных занятий, их название

Основная цель проведения лабораторных занятий состоит в закреплении теоретического материала курса, приобретении навыков выполнения эксперимента, обработки экспериментальных данных, анализа результатов, грамотного оформления отчетов.

№ темы по п.1	Наименование лабораторной работы	Обеспеченность по пункту 2.2
1	2	4
3	Анализ рынка программных продуктов и информационных услуг. Выявление потребностей потенциальных покупателей.	1, 2, 3, 4
6	Генерация идей нового товара, их фильтрация.	1, 2, 3, 4
6	Разработка концепции нового товара и ее проверка.	1, 2, 3, 4
6	Экономический анализ создания нового товара.	1, 2, 3, 4
8	Разработка товарного знака для нового товара.	1, 2, 3, 4

2.4 Перечень рекомендуемых средств диагностики результатов учебной деятельности

Для диагностики результатов учебной деятельности могут использоваться следующие формы:

1. Защита отчетов по лабораторным работам.
2. Устный опрос.
3. Защита контрольных работ.
4. Защита индивидуальных практических работ.

2.5 Контрольная работа

№ темы по п.1	Наименование контрольной работы	Содержание	Обеспеченность по пункту 2.2
1	2	3	4
1-4	Контрольная работа №1 «Товарная политика ИТ-компаний»	Контрольная работа содержит один теоретический вопрос. Список вопросов представлен в электронном ресурсе учебной дисциплины «Товарная политика ИТ-компаний» / В.Г. Горовой, 2019.	4
5-9	Контрольная работа №2 «Товарная политика ИТ-компаний»	Контрольная работа содержит один теоретический вопрос. Список вопросов представлен в электронном ресурсе учебной дисциплины «Товарная политика ИТ-компаний» / В.Г. Горовой, 2019.	4

2.6 Индивидуальная практическая работа

№ темы по п.1	Наименование индивидуальной практической работы	Обеспеченность по пункту 2.2
1	2	3
6	Разработка нового товара в сфере ИТ	4

3.1 Учебно-методическая карта учебной дисциплины в дневной форме обучения

Номер раздела, темы по п.1	Название раздела, темы	Количество аудиторных часов			Самостоятельная работа, часы	Форма контроля знаний
		ЛК	Лаб. зан.	ПЗ		
1	2	3	4	5	6	7
1	Введение в товарную политику ИТ-компаний	2	-	-	6	Устный опрос
2	Сущность программных продуктов и услуг, их классификация и разработка	4	-	-	6	Устный опрос
3	Особенности ИТ-компаний и рынка программных продуктов и услуг	4	4	-	6	Защита отчетов по лабораторным работам
4	Товарная политика как важнейшая составляющая комплекса маркетинга	4	-	-	6	Устный опрос
5	Управление ассортиментной политикой в сфере ИТ	4	-	-	6	Устный опрос
6	Создание и разработка новых товаров в системе товарной политики	4	12	-	6	Защита отчетов по лабораторным работам
7	Концепция жизненного цикла товара	4		-	6	Устный опрос
8	Товарный знак (знак обслуживания) как элемент товарной политики	4	4	-	6	Защита отчетов по лабораторным работам
9	Организация маркетинговой деятельности в ИТ-компании.	4	-	-	6	Устный опрос
	Текущая аттестация					зачет
	Итого	34	20	-	54	

3.2 Учебно-методическая карта учебной дисциплины в дистанционной форме обучения

Номер раздела, темы по п.1	Название раздела, темы	Количество работ			Самостоятельная работа, часы	Форма контроля знаний
		КР	Лаб. зан.	ИПР		
1	2	3	4	5	6	7
1	Введение в товарную политику ИТ-компаний	КР №1	-	-	12	Защита контрольной работы
2	Сущность программных продуктов и услуг, их классификация и разработка	КР №1	-	-	12	Защита контрольной работы
3	Особенности ИТ-компаний и рынка программных продуктов и услуг	КР №1	-	-	12	Защита контрольной работы
4	Товарная политика как важнейшая составляющая комплекса маркетинга	КР №1	-	-	12	Защита контрольной работы
5	Управление ассортиментной политикой в сфере ИТ	КР №2	-	-	12	Защита контрольной работы
6	Создание и разработка новых товаров в системе товарной политики	КР №2	-	ИПР №1	12	Защита контрольной работы. Защита индивидуальной практической работы
7	Концепция жизненного цикла товара	КР №2	-	-	12	Защита контрольной работы
8	Товарный знак (знак обслуживания) как элемент товарной политики	КР №2	-	-	12	Защита контрольной работы
9	Организация маркетинговой деятельности в ИТ-компаниях.	КР №2	-	-	12	Защита контрольной работы
	Текущая аттестация					зачет
	Итого	2	-	1	108	

УТВЕРЖДАЮ
Проректор по учебной работе
_____ В.А. Прытков

Учебно-методическая карта изучения учебной дисциплины с использованием дистанционных образовательных технологий

Номер раздела, темы по п.1	Название раздела, темы	Количество работ			Самостоятельная работа, часы	Форма контроля знаний
		КР	Лаб. зан.	ИПР		
1	2	3	4	5	6	7
1	Введение в товарную политику ИТ-компаний	КР№1	-	-	12	Защита контрольной работы
2	Сущность программных продуктов и услуг, их классификация и разработка	КР№1	-	-	12	Защита контрольной работы
3	Особенности ИТ-компаний и рынка программных продуктов и услуг	КР№1	-	-	12	Защита контрольной работы
4	Товарная политика как важнейшая составляющая комплекса маркетинга	КР№1	-	-	12	Защита контрольной работы
5	Управление ассортиментной политикой в сфере ИТ	КР№2	-	-	12	Защита контрольной работы
6	Создание и разработка новых товаров в системе товарной политики	КР№2	-	ИПР №1	12	Защита контрольной работы. Защита индивидуальной практической работы
7	Концепция жизненного цикла товара	КР№2	-	-	12	Защита контрольной работы
8	Товарный знак (знак обслуживания) как элемент товарной политики	КР№2	-	-	12	Защита контрольной работы
9	Организация маркетинговой деятельности в ИТ-компаниях.	КР№2	-	-	12	Защита контрольной работы
	Текущая аттестация					зачет
	Итого	2	-	1	108	

Рассмотрена и рекомендована к утверждению на заседании кафедры экономики, протокол № 5 от 12.12.2019 г.

И.о. заведующего кафедрой экономики

А.В. Грицай

4. Рейтинг-план

РЕЙТИНГ-ПЛАН ДИСЦИПЛИНЫ «ТОВАРНАЯ ПОЛИТИКА ИТ-КОМПАНИИ»

для студентов дневной формы обучения

Специальности 1-40 04 01 Информатика и технологии программирования

курс 4, семестр 8

Количество часов по учебному плану 108, в т.ч. аудиторная работа 54, самостоятельная работа 54

Преподаватель В.Г. Горовой, старший преподаватель

Кафедра экономики

Рассмотрен и рекомендован на заседании кафедры экономики

Протокол № 5 от «12» декабря 2019 г.

И.о. зав. кафедрой А.В. Грицай

Преподаватель В.Г. Горовой

Выставление отметки по текущей аттестации допускается по результатам итогового рейтинга студента.

Виды учебной деятельности студентов	Модуль 1 (весовой коэффициент вк1 = 0,5)		Модуль 2 (весовой коэффициент вк2 = 0,5)		Итоговый контроль по всем модулям
	Календарные сроки сдачи	Весовой коэффициент от-метки	Календарные сроки сдачи	Весовой коэффициент от-метки	
1. Лекционные занятия		к11=0,3		к12=0,3	
1–4	15.02.				
5–9			15.03.		
2. Лабораторные работы		к21=0,7		к22=0,7	
№ 1-2 (Темы № 3, 6)	15.02.				
№ 3-5 (темы № 6, 8)			15.03.		
Модульный контроль		МР1		МР2	ИР

**ПРОТОКОЛ СОГЛАСОВАНИЯ УЧЕБНОЙ ПРОГРАММЫ
ПО УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЕ
С ДРУГИМИ УЧЕБНЫМИ ДИСЦИПЛИНАМИ СПЕЦИАЛЬНОСТИ**

Код и наименование специальности (направления специальности)	Выпускающая кафедра	Предложения об изменениях в содержании по изучаемой учебной дисциплине	Подпись заведующего выпускающей кафедрой с указанием номера протокола и даты заседания кафедры
1	2	3	4
1-40 04 01 «Информатика и технологии программирования»	Кафедра информатики	нет	<div style="text-align: center;"> <hr style="width: 20%; margin: 0 auto;"/> <p>Н.А. Волорова</p> <p>Протокол № 7 от 26.11.2019</p> </div>

И.о. заведующего кафедрой экономики

А.В. Грицай