БЕЛОРУССКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

ИНФОРМАТИКИ И РАДИОЭЛЕКТРОНИКИ

Кафедра информатики

Факультет НиДО

Специальность ИиТП

Контрольная работа № 2

по дисциплине «Маркетинг программных продуктов и услуг»

Выполнил студент: Дегтярев А.А.

группа 393551

Зачетная книжка № 902021-26

Минск 2017

Вариант 10

**Учет стадий жизненного цикла программного продукта при использовании маркетинговых инструментов**

Представьте себе ИТ-компанию, продающую на рынке несколько различных программных продуктов, каждый из которых находится на различных стадиях кривой жизненного цикла:

          Продукт 1 - Выход продукта на рынок, слабая степень известности.

          Продукт 2 - Пик интереса к продукту, активные продажи.

          Продукт 3 - Спад интереса к продукту и снижение объема продаж.

Определите, какие именно инструменты маркетинговых коммуникаций целесообразно использовать для поддержки продаж каждого из программных продуктов и обоснуйте почему.

Ваш итоговый отчет должен содержать:

          перечень мероприятий для поддержки продаж продукта 1;

          перечень мероприятий для поддержки продаж продукта 2;

          перечень мероприятий для поддержки продаж продукта 3;

          сравнительный анализ рассмотренных вариантов;

          выводы.