

Документ подписан электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Косенок Сергей Михайлович
Должность: ректор
Дата подписания: 20.06.2024 11:24:55
Уникальный программный ключ:
e3a68f3eaa1a67674b541d99819c44d661d51836

Оценочные материалы для промежуточной аттестации по дисциплине

Маркетинг и продвижение IT-продукта

Код, направление подготовки	09.04.04 ПРОГРАММНАЯ ИНЖЕНЕРИЯ
Направленность (профиль)	Разработка и интеграция информационных систем и сервисов
Форма обучения	Очная
Кафедра-разработчик	Автоматики и компьютерных систем
Выпускающая кафедра	Автоматики и компьютерных систем

Этап: проведение текущего контроля успеваемости по дисциплине (вопросы к лабораторным работам)

Раздел 1. Анализ рынка программных продуктов

Тема: Особенности рынка программных продуктов

Вопросы к защите лабораторной работы:

История развития интернета.

1. Термин «Интернет-маркетинг».
2. Место интернет-маркетинга в структуре современного маркетинга.
3. Интернет-маркетинг как предмет исследования.
4. Исследование и ориентация на потребности клиента в интернет-маркетинге. Основные составляющие интернет-маркетинга.
5. Альтернативные способы представления объекта рынка в интернете.
6. Моделирование поведения участников рынка в Интернете.
7. Методы экспертных оценок в Интернете.
8. Ориентация на достижение целей в интернет-маркетинге.

Тема: Методика разработки программы продвижения программных продуктов

Вопросы к защите лабораторной работы:

1. Основные поисковые системы Интернета в России и за рубежом.
2. История появления, сущность и развитие независимой зоны поисковых систем.
3. Ключевые принципы интернет-продвижения объекта рынка в независимой зоне поисковых систем.
4. Особенности интернет-продвижения в независимой зоне основных поисковых систем.
5. Основные понятия, связанные с социальными медиасервисами в Интернете.
6. Ключевые социальные сети в РФ и за рубежом.
7. Блоги и блогосфера.
8. Особенности продвижения объекта рынка в социальных сервисах.

Тема: Сегментирование рынка потребителей программных продуктов

Вопросы к защите лабораторной работы:

1. SMM и SMO.
2. Игры в социальных сетях.
3. Понятие SEO, его история и развитие. Методы SEO-оптимизации.
4. Работа с внутренней оптимизацией.
5. Внешнее окружение и его значение для сайта.
6. Динамика развития внутреннего и внешнего окружения.

7. Сравнительная характеристика основных видов интернет-продвижения.
8. Оценка эффективности продвижения в социальных сетях.
9. Оценка эффективности продвижения в независимой зоне поисковых систем.
10. Оценка эффективности продвижения в системах контекстной рекламы.
11. Оценка эффективности баннерной рекламы.

Тема: Жизненный цикл вывода программных продуктов на рынок

Вопросы к защите лабораторной работы:

1. Характеристика программных продуктов, позволяющих провести оценку эффективности интернет-продвижения.
2. Формирование интернет-маркетинговых стратегий на основании ключевых факторов в зависимости от объекта продвижения. Этапы интернет-маркетинговых стратегий.
3. Взаимосвязь жизненного цикла товара и используемых средств интернет-продвижения.
4. Основные понятия и примеры, связанные с вирусным маркетингом.
5. Нестандартные способы интернет-продвижения как важный инструмент для продвижения нестандартных объектов рынка.

Раздел 2. Маркетинговые коммуникации при продвижении программных продуктов на рынок

Тема: Позиционирование программного продукта как рыночного товара

Вопросы к защите лабораторной работы:

1. Дайте понятие и перечислите основные задачи интернет-маркетинга.
2. Раскройте содержание поисковой оптимизации при продвижении IT-продукта.
3. Раскройте содержание контекстной рекламы при продвижении IT-продукта.
4. Раскройте содержание медийной рекламы при продвижении IT-продукта.
5. Раскройте содержание оптимизации в социальных медиа.

Тема: Классификация потребителей продуктов по типам потребительских предпочтений

Вопросы к защите лабораторной работы:

1. Раскройте содержание и основные этапы алгоритма решения задачи методом последовательных уступок.
2. Перечислите и прокомментируйте потребительские предпочтения непосредственных пользователей при выборе IT-продукта.
3. Перечислите и прокомментируйте потребительские предпочтения системных программистов при выборе IT-продукта.
4. Перечислите и прокомментируйте потребительские предпочтения руководителей компании при выборе IT-продукта.
5. Приведите функциональные модели формирования стратегии позиционирования IT-продукта и прокомментируйте ее основные этапы.
6. Раскройте содержание математической модели формирования стратегии позиционирования IT-продукта.

Тема: Модель выбора структуры и содержания коммуникационного сообщения

Вопросы к защите лабораторной работы:

1. Дайте понятие и перечислите основные задачи интернет-маркетинга.
2. Раскройте содержание поисковой оптимизации при продвижении IT-продукта.
3. Раскройте содержание контекстной рекламы при продвижении IT-продукта.
4. Раскройте содержание медийной рекламы при продвижении IT-продукта.
5. Раскройте содержание оптимизации в социальных медиа.

Тема: Оценки рисков при реализации программы продвижения программных продуктов

Вопросы к защите лабораторной работы:

1. Проведите сравнительный анализ CMS WordPress и двух других популярных систем управления контентом. Выделите основные сравнительные показатели и установите

- главные отличия между анализируемыми системами управления контентом. Результаты оформите в виде таблицы в отдельной записи блога.
2. Усовершенствуйте блог так, чтобы он содержал минимум шесть страниц в меню и имел иерархическую структуру более чем у трёх страниц.
 3. Перейдите в раздел «Обратная связь», находящийся на административной панели. Протестируйте функцию добавления опроса. Для этого сконструируйте опрос, затрагивающий сферу информационных технологий. Настройте его внешний вид. Найдите способ поместить опрос в сайдбар блога.
 4. Попробуйте модифицировать запись блога, пользуясь только редактором кода CMS WordPress.
 5. Основываясь на полученных знаниях и умениях, спроектируйте новый сайт и заполните его контентом

Разработка маркетинговой стратегии IT-продукта (Контрольная работа)

1. Определите, к какому типу потребителей с позиций восприятия новинок (новатор, прагматик и пр.) вы себя относите? Предложите программу выстраивания маркетинговых коммуникаций с этим типом потребителей при продвижении инновационного продукта на рынок.
2. Соотнесите виды новинок со стадиями жизненного цикла товара. Предложите программу маркетинговых действий для каждого вида новинок.
3. Посмотрите сайт российской инновационной компании и определите, на что сделан акцент в продвижении ее новинок на рынок. Предложите рекомендации этой компании по улучшению взаимодействия с потенциальными потребителями.
4. Выберите инновационный продукт (он должен быть представлен на рынке меньше 3-х лет) и составьте для него карту рынка. На основе этой карты разработайте программу маркетинговых мероприятий по продвижению продукта на рынок.

Критерии оценивания лабораторных работ

1. Оценка «отлично»: правильно выполнены все задания в соответствии с требованиями, правильно выполнены дополнительные задания, своевременно предоставлен отчет о выполнении работы.
2. Оценка «хорошо»: правильно выполнены все задания в основной части, дополнительные задания выполнены не в полном объеме, предоставлен отчет о выполнении работы, либо в случае несвоевременного предоставления отчета или с наличием несущественных ошибок в выполнении лабораторных заданиях.
3. Оценка «удовлетворительно»: выполнены не все, но более 50% заданий лабораторной работы, дополнительные задания не выполнены, несвоеременно предоставлен отчет о выполнении работы.
4. Оценка «неудовлетворительно»: выполнено менее 50% лабораторной работы, не выполнены дополнительные задания, отчет о выполнении работы не предоставлен.

Критерии оценивания контрольной работы

1. Оценка «отлично»: правильно выполнены все задания в соответствии с требованиями, правильно выполнены дополнительные задания, своевременно предоставлен отчет о выполнении работы.
2. Оценка «хорошо»: правильно выполнены все задания в основной части, дополнительные задания выполнены не в полном объеме, предоставлен отчет о выполнении работы, либо в случае несвоевременного предоставления отчета или с наличием несущественных ошибок в выполнении контрольных заданий.
3. Оценка «удовлетворительно»: выполнены не все, но более 50% заданий контрольной работы, дополнительные задания не выполнены, несвоеременно предоставлен отчет о выполнении работы.
4. Оценка «неудовлетворительно»: выполнено менее 50% контрольной работы, не выполнены дополнительные задания, отчет о выполнении работы не предоставлен.

Этап: проведение промежуточной аттестации по дисциплине

Форма промежуточной аттестации по дисциплине – Зачет

Дескриптор компетенции: знает	Вид задания: теоретический	Уровень сложности: репродуктивный
<ol style="list-style-type: none">1. Дайте понятие рынка программных продуктов, товара и услуги, перечислите условия существования рынка.2. Раскройте особенности и свойства программного продукта как товара на рынке.3. Перечислите и прокомментируйте особенности рынка программных продуктов.4. Дайте характеристику участников рынка IT-продуктов.5. Охарактеризуйте роль государства при регулировании рынка программных продуктов.6. Назовите основные проблемы разработчика на рынке IT-продуктов.7. Назовите основные проблемы потребителей на рынке IT-продуктов.8. Перечислите и прокомментируйте основные типы рынков IT-продуктов.		

Дескриптор компетенции: умеет	Вид задания: практический	Уровень сложности: конструктивный
<ol style="list-style-type: none">1. Перечислите и прокомментируйте этапы программы продвижения IT-продукта на корпоративный рынок2. Перечислите и прокомментируйте содержание фаз жизненного цикла вывода программного продукта на рынок.3. Дайте понятие сегментирования рынка потенциальных потребителей IT-продукта, перечислите и прокомментируйте характеристики и принципы, на основе которых выделяются сегменты.4. Перечислите и сравните типы маркетинговых стратегий.5. Дайте сравнительный анализ понятий макросегментов и микро-сегментов.6. Раскройте содержание и основные этапы «гнездового» метода сегментирования.7. Перечислите и прокомментируйте переменные сегментирования, характерные для промышленного рынка IT-продуктов.8. Представьте содержательную и математическую постановку задачи сегментации рынка потенциальных потребителей IT-продукта как задачу многомерной классификации объектов.		

Дескриптор компетенции: владеет	Вид задания: практический	Уровень сложности: конструктивный, творческий
<ol style="list-style-type: none">1. Раскройте содержание иерархического алгоритма сегментирования рынка IT-продуктов.2. Раскройте содержание итерационного алгоритма сегментирования рынка IT-продуктов3. Приведите классификацию и раскройте содержание показателей оценки привлекательности целевых сегментов рынка.4. Раскройте содержание показателей емкости рынка, доли рынка, концентрация конкурентов на рынке.5. Раскройте содержание количественных методов оценки привлекательности сегментов (балльные оценки, ранжирование).6. Раскройте содержание методики оценки конкурентоспособности IT-продуктов.7. Приведите содержательную постановку задачи выбора целевых сегментов и вариантов поставки IT-продуктов.		

8. Раскройте содержание критериев и ограничений задачи выбора целевых сегментов и вариантов поставки IT-продуктов.
9. Раскройте содержание и основные этапы алгоритма решения задачи методом главного критерия.

Критерии оценки студента на зачете:

Оценка	Критерий оценивания
Зачтено	Студент, прочно усвоил предусмотренный программный материал; правильно, аргументировано ответил на все вопросы, с приведением примеров; показал глубокие систематизированные знания, владеет приемами рассуждения и сопоставляет материал из разных источников: теорию связывает с практикой, другими темами данного курса, других изучаемых предметов; без ошибок выполнил практическое задание.
Не зачтено	Студент не справился с 50% вопросов и заданий билета, в ответах на другие вопросы допустил существенные ошибки. Не ответил на дополнительные вопросы, предложенные преподавателем. Не обнаружил целостного представления о взаимосвязях и компонентах изучаемой дисциплины.