

Документ подписан простой электронной подписью  
Информация о владельце:  
ФИО: Ганеев Винер Валиахметович  
Должность: Директор  
Дата подписания: 02.11.2023 09:34:56  
Уникальный программный ключ:  
fceab25d7092f3bff743e8ad3f8d57fddc1f5e66

**ФГБОУ ВО «УФИМСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ НАУКИ И ТЕХНОЛОГИЙ»  
БИРСКИЙ ФИЛИАЛ УУНиТ  
ФАКУЛЬТЕТ ФИЗИКИ И МАТЕМАТИКИ**

Утверждено:  
на заседании кафедры информатики и  
экономики  
протокол № 4 от 24.11.2022 г.  
Зав. кафедрой подписано ЭЦП /Мухаметшина Г.С.

Согласовано:  
Председатель УМК  
факультета физики и математики  
подписано ЭЦП /Бигаева Л.А.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)  
для очной формы обучения**

Мониторинг и маркетинг информационных продуктов и услуг  
Часть, формируемая участниками образовательных отношений

**программа бакалавриата**

Направление подготовки (специальность)  
09.03.03 *Прикладная информатика*

Направленность (профиль) подготовки  
Прикладная информатика в информационной сфере

Квалификация  
Бакалавр

Разработчик (составитель) <u>Доцент, к. ф.-м.н.</u> (должность, ученая степень, ученое звание)	<u>подписано ЭЦП /Тазетдинов Б.И.</u> (подпись, Фамилия И.О.)
--	--

Для приема: 2020-2022 г.

Бирск 2022 г.

Составитель / составители: Тазетдинов Б.И.

Рабочая программа дисциплины утверждена на заседании кафедры информатики и экономики протокол № \_\_\_\_ от « \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 20\_\_ г.

Дополнения и изменения, внесенные в рабочую программу дисциплины, утверждены на заседании кафедры \_\_\_\_\_, протокол № \_\_\_\_ от « \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 20 \_ г.

Заведующий кафедрой \_\_\_\_\_ / \_\_\_\_\_ Ф.И.О/

Дополнения и изменения, внесенные в рабочую программу дисциплины, утверждены на заседании кафедры \_\_\_\_\_, протокол № \_\_\_\_ от « \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 20 \_ г.

Заведующий кафедрой \_\_\_\_\_ / \_\_\_\_\_ Ф.И.О/

Дополнения и изменения, внесенные в рабочую программу дисциплины, утверждены на заседании кафедры \_\_\_\_\_, протокол № \_\_\_\_ от « \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 20 \_ г.

Заведующий кафедрой \_\_\_\_\_ / \_\_\_\_\_ Ф.И.О/

Дополнения и изменения, внесенные в рабочую программу дисциплины, утверждены на заседании кафедры \_\_\_\_\_, протокол № \_\_\_\_ от « \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 20 \_ г.

Заведующий кафедрой \_\_\_\_\_ / \_\_\_\_\_ Ф.И.О/

## Список документов и материалов

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с установленными в образовательной программе индикаторами достижения компетенций.....	4
2. Цель и место дисциплины в структуре образовательной программы.....	6
3. Содержание рабочей программы (объем дисциплины, типы и виды учебных занятий, учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся).....	6
4. Фонд оценочных средств по дисциплине .....	13
4.1. Перечень компетенций и индикаторов достижения компетенций с указанием соотнесенных с ними запланированных результатов обучения по дисциплине. Описание критериев и шкал оценивания результатов обучения по дисциплине.....	13
4.2. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценивания результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с установленными в образовательной программе индикаторами достижения компетенций. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания результатов обучения по дисциплине.....	15
4.3. Рейтинг-план дисциплины .....	23
5. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины .....	24
5.1. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины.....	24
5.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» и программного обеспечения, необходимых для освоения дисциплины.....	24
6. Материально-техническая база, необходимая для осуществления образовательного процесса по дисциплине.....	25

**1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с установленными в образовательной программе индикаторами достижения компетенций**

По итогам освоения дисциплины обучающийся должен достичь следующих результатов обучения:

Категория (группа) компетенций (при наличии ОПК)	Формируемая компетенция (с указанием кода)	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Результаты обучения по дисциплине
	Способен составлять технико-экономическое обоснование проектных решений и техническое задание на разработку информационной системы (ПК-4);	ПК-4.1. Знать перечень, состав документов и требования к технической документации, проектов автоматизации и информационных прикладных процессов для составления технического задания на разработку информационной системы и основы мониторинга и маркетинга информационных продуктов и услуг, функции и методы детального сбора информации для пополнения сведений об объекте маркетингового исследования	Знать основы мониторинга и маркетинга информационных продуктов и услуг, функции и методы детального сбора информации для пополнения сведений об объекте маркетингового исследования.
ПК-4.2. Уметь собирать детальную информацию при исследовании закономерностей развития рынка информационных продуктов и услуг для технико-экономического обоснования проектных решений и составлять техническое задание на разработку информационной		Уметь собирать детальную информацию при исследовании закономерностей развития рынка информационных продуктов и услуг для технико-экономического обоснования проектных решений	

		системы	
		ПК-4.3. Владеть навыками сбора детальной информации при исследовании закономерностей развития рынка информационных продуктов и услуг для технико-экономического обоснования проектных решений и составления технического задания на разработку информационной системы	Владеть навыками сбора детальной информации при исследовании закономерностей развития рынка информационных продуктов и услуг для технико-экономического обоснования проектных решений
Способен осуществлять презентацию информационной системы и начальное обучение пользователей (ПК-9);	ПК-9.1. Знать основные требования к обучающим презентациям и учебному видео, технологии их разработки	Знать основные требования к созданию презентаций по результатам маркетинговых исследований информационных продуктов и услуг, к составлению маркетингового отчета	
	ПК-9.2. Уметь разрабатывать обучающие презентации и учебное видео для начального обучения пользователей	Уметь подготовить отчет о результатах маркетингового исследования и его презентацию	
	ПК-9.3. Владеть навыками разработки обучающих презентаций и учебного видео для начального обучения пользователей	Владеть навыками подготовки отчета о результатах маркетингового исследования и его презентации	

## **2. Цель и место дисциплины в структуре образовательной программы**

Дисциплина «Мониторинг и маркетинг информационных продуктов и услуг» относится к части, формируемой участниками образовательных отношений.

Дисциплина изучается на 4 курсе в 7 семестре.

Цель изучения дисциплины: формирование знаний в области мониторинга и маркетинга информационных продуктов и услуг, умений составлять технико-экономическое обоснование проектных решений, умений и навыков осуществления презентации информационной системы.

## **3. Содержание рабочей программы (объем дисциплины, типы и виды учебных занятий, учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся)**

ФГБОУ ВО «УФИМСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ НАУКИ И ТЕХНОЛОГИЙ»  
БИРСКИЙ ФИЛИАЛ УУНиТ  
ФАКУЛЬТЕТ ФИЗИКИ И МАТЕМАТИКИ

**СОДЕРЖАНИЕ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ**

дисциплины «Мониторинг и маркетинг информационных продуктов и услуг» на \_\_\_\_7  
семестр  
очная  
форма обучения

<b>Вид работы</b>	<b>Объем дисциплины</b>
Общая трудоемкость дисциплины (ЗЕТ / часов)	3/108
Учебных часов на контактную работу с преподавателем:	37.2
лекций	16
практических/ семинарских	0
лабораторных	20
контроль самостоятельной работы (КСР)	0
других (групповая, индивидуальная консультация и иные виды учебной деятельности, предусматривающие работу обучающихся с преподавателем) ФКР	1.2
Учебных часов на самостоятельную работу обучающихся (СРС)	36
Учебных часов на подготовку к экзамену (Контроль)	34.8

Форма контроля:  
Экзамен 7 семестр

№ п/п	Тема и содержание	Форма изучения материалов:				Основная и дополнительная литература, рекомендуемая студентам (номера из списка)	Задания по самостоятельной работе студентов	Форма текущего контроля успеваемости (коллоквиумы, контрольные работы, компьютерные тесты и т.п.)
		Лек	Лаб	Эк	СР С			
4 курс / 7 семестр								
1	Теоретические основы информационного мониторинга и маркетинга. Организация и технология маркетинговых исследований							
1.1	<p>Введение. Место и роль мониторинга и маркетинга информационных продуктов и услуг для сбора детальной информации для формализации требований пользователей заказчика.</p> <p>Понятие о мониторинге информационных продуктов. Сущность, цели, основные принципы и функции маркетинга. Проблемы маркетинга информационных продуктов и услуг. Место и роль</p>	2			4	Осн. лит-ра №№ 1,2	Тестирование, Контрольная работа	Групповой опрос



	мониторинга и маркетинга информационных продуктов и услуг для сбора детальной информации для формализации требований пользователей заказчика и осуществления презентации информационной системы и начальное обучение пользователей.							
1.2	Современные подходы к разработке маркетинговой программы деятельности фирмы сферы информационного бизнеса.  Структура и содержание информационного ресурса, обеспечивающего эффективность функционирования фирмы. Система маркетинговых исследований рынка информационных услуг и продуктов. Модель организации маркетинговой деятельности фирмы на рынке информационных услуг и продуктов	2	2		4	Осн. лит-ра №№ 1,2	Тестирование, Контрольная работа	Групповой опрос, Лабораторная работа
1.3	Организация маркетинговых исследований.  Сущность маркетинговых исследований. Классификация маркетинговых исследований. Роль маркетинговых исследований в маркетинговой информационной системе и системе поддержки принятия решений. Кто проводит маркетинговые исследования. Критерии выбора компании по проведению маркетинговых исследований. Процесс маркетинговых исследований.	2	2		4	Осн. лит-ра №№ 1,2	Контрольная работа, Тестирование	Лабораторная работа, Групповой опрос
1.4	Типы маркетинговых исследований	2	4		4	Осн. лит-ра №№ 1,2	Тестирование, Контрольная работа	Лабораторная работа, Групповой

	<p>План маркетингового исследования: определение и классификация. Поисковое исследование. Deskриптивное исследование. Причинно-следственное исследование. Потенциальные источники ошибок маркетингового исследования. Составление бюджета и графика проекта. Предложение о проведении маркетингового исследования. Преимущества и недостатки вторичной информации. Критерии оценки вторичной информации. Классификация вторичной информации.</p>							опрос
2	<p>Качественные и количественные методы анализа использования информационных ресурсов. Технология сбора, накопления и анализа данных</p>							
2.1	<p>Качественные и количественные методы анализа использования информационных ресурсов</p> <p>Первичная информация: качественные и количественные исследования. Классификация методов качественного исследования. Методы проведения опроса.. Методы наблюдения. Суть и условия существования причинно-следственной связи . Основные понятия и определения. Достоверность эксперимента. Экспериментальные и неэкспериментальные исследования. Пробный маркетинг.</p>	2	4		4	Осн. лит-ра № 1 Доп. лит-ра № 1	Тестирование, Контрольная работа	Групповой опрос, Лабораторная работа

2.2	<p>Шкалирование</p> <p>Измерение и шкалирование. Основные типы шкал. Классификация методов шкалирования. Методы сравнительного шкалирования. Вербальные протоколы. Методы несравнительного анализа. Непрерывная рейтинговая шкала. Детализированные рейтинговые шкалы. Проблемы разработки несравнительных детализированных рейтинговых шкал.</p>	2	2		4	Осн. лит-ра № 1 Доп. лит-ра № 1	Тестирование, Контрольная работа	Лабораторная работа, Групповой опрос
2.3	<p>Технология сбора, накопления и анализа данных.</p> <p>Анкеты. Процесс разработки анкеты. Формы записи результатов наблюдения. Выборка или сплошное наблюдение. План выборочного наблюдения. Методы выборки. Детерминированный метод выборки. Вероятностный метод выборки. Статистические методы определения объема выборки. Корректировка статистически определенного объема выборки. Проблема не наблюдения при выборке. Процесс полевых работ. Отбор персонала для полевых работ. Подготовка персонала. Контроль работы полевого персонала. Проверка результатов полевых работ и оценка работы полевого персонала</p>	2	2		6	Осн. лит-ра № 1 Доп. лит-ра № 1	Тестирование, Контрольная работа	Групповой опрос, Лабораторная работа
2.4	<p>Анализ данных</p> <p>Процесс подготовки данных к анализу. Проверка анкет. Редактирование данных. Кодирование и преобразование данных.</p>	2	4		6	Осн. лит-ра № 1 Доп. лит-ра № 1	Контрольная работа, Тестирование	Лабораторная работа, Групповой опрос

	Очищение данных. Статистическая корректировка данных. Выбор стратегии анализа данных. Классификация статистических методов. Вариационный ряд. Введение в теорию проверки гипотез. Построение таблиц сопряженности признаков. Подготовка отчета и презентации. Подготовка отчета. Устная презентация. Чтение отчета о маркетинговых исследованиях. Поддержка клиента и оценка эффективности проекта.							
3	Экзамен			1	36			
Итого по 4 курсу 7 семестру		16	20	1	72			
Итого по дисциплине		16	20	1	72			

#### 4. Фонд оценочных средств по дисциплине

##### 4.1. Перечень компетенций и индикаторов достижения компетенций с указанием соотнесенных с ними запланированных результатов обучения по дисциплине. Описание критериев и шкал оценивания результатов обучения по дисциплине.

Код и формулировка компетенции: Способен составлять технико- экономическое обоснование проектных решений и техническое задание на разработку информационной системы (ПК-4);

Код и наименование индикатора достижения компетенции	Результаты обучения по дисциплине	Критерии оценивания результатов обучения (Экзамен)			
		2 (Неудовлетворительно)	3 (Удовлетворительно)	4 (Хорошо)	5 (Отлично)
ПК-4.1. Знать перечень, состав документов и требования к технической документации, проектов автоматизации и информационных прикладных процессов для составления технического задания на разработку информационной системы и основы мониторинга и маркетинга информационных продуктов и услуг, функции и методы детального сбора информации для пополнения сведений об объекте маркетингового исследования.	Знать основы мониторинга и маркетинга информационных продуктов и услуг, функции и методы детального сбора информации для пополнения сведений об объекте маркетингового исследования.	Знания не сформированы	Знания недостаточно сформированы, несистемны	Знания сформированы, но имеют отдельные пробелы и неточности	Знания полностью сформированы
ПК-4.2. Уметь	Уметь	Умения не	Умения не	Умения в	Умения

собирать детальную информацию при исследовании закономерностей развития рынка информационных продуктов и услуг для технико-экономического обоснования проектных решений и составлять техническое задание на разработку информационной системы	собирать детальную информацию при исследовании закономерностей развития рынка информационных продуктов и услуг для технико-экономического обоснования проектных решений	сформированы	полностью сформированы	основном сформированы	полностью сформированы
ПК-4.3. Владеть навыками сбора детальной информации при исследовании закономерностей развития рынка информационных продуктов и услуг для технико-экономического обоснования проектных решений и составления технического задания на разработку информационной системы	Владеть навыками сбора детальной информации при исследовании закономерностей развития рынка информационных продуктов и услуг для технико-экономического обоснования проектных решений	Владение навыками не сформировано	Владение навыками неуверенное	Владение навыками в основном сформировано	Владение навыками уверенное

Код и формулировка компетенции: Способен осуществлять презентацию информационной системы и начальное обучение пользователей (ПК-9);

Код и наименование индикатора достижения компетенции	Результаты обучения по дисциплине	Критерии оценивания результатов обучения (Экзамен)			
		2 (Неудовлетворительно)	3 (Удовлетворительно)	4 (Хорошо)	5 (Отлично)
ПК-9.1. Знать основные требования к обучающим презентациям и учебному видео, технологии их разработки	Знать основные требования к созданию презентаций по результатам маркетинговых исследований информационных продуктов и услуг, к составлению маркетингового отчета	Знания не сформированы	Знания недостаточно сформированы, несистемны	Знания сформированы, но имеют отдельные пробелы и неточности	Знания полностью сформированы
ПК-9.2. Уметь разрабатывать обучающие презентации и учебное видео для начального обучения пользователей	Уметь подготовить отчет о результатах маркетингового исследования и его презентацию	Умения не сформированы	Умения не полностью сформированы	Умения в основном сформированы	Умения полностью сформированы
ПК-9.3. Владеть навыками разработки обучающих презентаций и учебного видео для начального обучения пользователей	Владеть навыками подготовки отчета о результатах маркетингового исследования и его презентации	Владение навыками не сформировано	Владение навыками неуверенное	Владение навыками в основном сформировано	Владение навыками уверенное

Критериями оценивания являются баллы, которые выставляются за виды деятельности (оценочные средства) по итогам изучения модулей (разделов дисциплины), перечисленных в рейтинг-плане дисциплины. Баллы, выставляемые за конкретные виды деятельности представлены ниже.

**4.2. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценивания результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с установленными в образовательной программе индикаторами достижения компетенций. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания результатов обучения по дисциплине.**

Код и наименование индикатора достижения	Результаты обучения по дисциплине	Оценочные средства
--	-----------------------------------	--------------------

компетенции		
ПК-4.1. Знать перечень, состав документов и требования к технической документации, проектов автоматизации и информационных прикладных процессов для составления технического задания на разработку информационной системы и основы мониторинга и маркетинга информационных продуктов и услуг, функции и методы детального сбора информации для пополнения сведений об объекте маркетингового исследования	Знать основы мониторинга и маркетинга информационных продуктов и услуг, функции и методы детального сбора информации для пополнения сведений об объекте маркетингового исследования.	Контрольная работа, Групповой опрос. Список 1, Тестирование. Часть 1
ПК-4.2. Уметь собирать детальную информацию при исследовании закономерностей развития рынка информационных продуктов и услуг для технико-экономического обоснования проектных решений и составлять техническое задание на разработку информационной системы	Уметь собирать детальную информацию при исследовании закономерностей развития рынка информационных продуктов и услуг для технико-экономического обоснования проектных решений	Лабораторная работа, Контрольная работа
ПК-4.3. Владеть навыками сбора детальную информацию при исследовании закономерностей развития рынка информационных продуктов и услуг для технико-экономического обоснования проектных решений и составления технического задания на разработку информационной системы	Владеть навыками сбора детальную информацию при исследовании закономерностей развития рынка информационных продуктов и услуг для технико-экономического обоснования проектных решений	Лабораторная работа, Контрольная работа
ПК-9.1. Знать основные требования к обучающим презентациям и учебному видео, технологии их разработки	Знать основные требования к созданию презентаций по результатам маркетинговых исследований информационных продуктов и услуг, к составлению маркетингового отчета	Тестирование. Часть 2, Групповой опрос. Список 2, Контрольная работа
ПК-9.2. Уметь разрабатывать обучающие презентации и учебное видео для начального обучения пользователей	Уметь подготовить отчет о результатах маркетингового исследования и его презентацию	Лабораторная работа, Контрольная работа



ПК-9.3. Владеть навыками разработки обучающих презентации и учебного видео для начального обучения пользователей	Владеть навыками подготовки отчета о результатах маркетингового исследования и его презентации	Контрольная работа, Лабораторная работа
--	--	---

Критериями оценивания при модульно-рейтинговой системе являются баллы, которые выставляются преподавателем за виды деятельности (оценочные средства) по итогам изучения модулей (разделов дисциплины), перечисленных в рейтинг-плане дисциплины

для экзамена: текущий контроль – максимум 40 баллов; рубежный контроль – максимум 30 баллов, поощрительные баллы – максимум 10;

Шкалы оценивания:

для экзамена:

от 45 до 59 баллов – «удовлетворительно»;

от 60 до 79 баллов – «хорошо»;

от 80 баллов – «отлично».

### Тестовые задания

Описание тестовых заданий: тестовые задания включают тесты закрытого типа (с одним правильным ответом), тесты на установлении последовательности и на установление соответствия. Оценка за выполнение тестовых заданий выставляется на основании процента заданий, выполненных студентами в процессе прохождения промежуточного и рубежного контроля знаний

#### Тестирование. Часть 1

### 1.1\_2. Технологические процессы информационного мониторинга

- библиографический
- аналитический
- экспертный
- статистический
- количественный

### 1.1\_3. Наблюдение за состоянием окружающей среды с целью её контроля, прогноза и охраны

- информационный мониторинг
- мониторинг
- маркетинг
- концептуальный мониторинг

### 1.1\_4. Виды информационного мониторинга:

- динамический;
- концептуальный;
- комплексный;
- библиографический.
- проблемный

#### Тестирование. Часть 2

### 1.1\_2. Технологические процессы информационного мониторинга

- библиографический

- аналитический
- экспертный
- статистический
- количественный

### **1.1\_3. Наблюдение за состоянием окружающей среды с целью её контроля, прогноза и охраны**

- информационный мониторинг
- мониторинг
- маркетинг
- концептуальный мониторинг

### **1.1\_4. Виды информационного мониторинга:**

- динамический;
- концептуальный;
- комплексный;
- библиографический.
- проблемный

Методические материалы, определяющие процедуру оценивания выполнения тестовых заданий

Описание методики оценивания выполнения тестовых заданий: оценка за выполнение тестовых заданий ставится на основании подсчета процента правильно выполненных тестовых заданий.

#### **Критерии оценки (в баллах):**

- **9-10** баллов выставляется студенту, если процент правильно выполненных тестовых заданий составляет 81 – 100 %;
- **7-8** баллов выставляется студенту, если процент правильно выполненных тестовых заданий составляет 61 – 80 %;
- **4-6** баллов выставляется студенту, если процент правильно выполненных тестовых заданий составляет 41 – 60 %;
- **до 4** баллов выставляется студенту, если процент правильно выполненных тестовых заданий составляет 40 %;

### **Контрольная работа**

**Контрольная работа (исследовательский проект)** Контрольные работы выполняются в форме исследовательского проекта. На этапе промежуточной аттестации оценивается первая часть проекта (задачи 1-3), на заключительном этапе – задачи 4-6. Задание для выполнения проекта: Провести маркетинговое исследование класса программных продуктов в пределах г. Бирск. Определить рыночную конъюнктуру программного продукта на период с \*\*\* 201\* по \*\*\*\* 201\* года. Цели маркетингового исследования: 1. Определить наиболее известных производителей программных продуктов данного класса. Выявить лидера среди производителей и его основных конкурентов. 2. Произвести мониторинг цен на продукты. 3. Произвести сегментирование рынка пользователей (потребителей) : по возрастному признаку по подразделениям по половому признаку. 4. Определить факторы (качественные характеристики продукта), значительно влияющие на величину спроса. Задачи: 1. Разработать анкету для проведения опроса (анкета должна содержать не менее 20 вопросов). 2. Провести опрос не менее 30 респондентов. 3. Ввести данные в таблицу Excel. 4. С помощью EXCEL 2007 провести анализ генеральной совокупности: 1. С помощью инструмента Описательная статистика определить основные статистические характеристики генеральной совокупности. На основе полученных данных сделать выводы о характеристиках объекта. 2. Провести корреляционный анализ генеральной совокупности. Сделать вывод о наиболее важных характеристиках влияющих на спрос продукта. 3. Составить таблицу частот и построить полигон частот и сравнить с нормальным распределением. 4. Провести мониторинг программных

продуктов данного класса в сети Интернет. Определить примерно какую долю рынка занимает лидирующий производитель среди конкурентов. Собрать информацию о ценах на программные продукты вычислить среднее значение.5. На основе полученной информации сделать выводы о текущем состоянии рынка ПО.6. Создание отчёта Оформление отчёта Презентация результатов исследования

Методические материалы, определяющие процедуру оценивания контрольной работы

Описание методики оценивания: при оценке выполнения студентом контрольной работы максимальное внимание следует уделять следующим аспектам: насколько полно в теоретическом вопросе раскрыто содержание материала, четко и правильно даны определения, раскрыто содержание понятий; верно использованы научные термины; демонстрируются высокий уровень умения оперировать научными категориями, анализировать информацию, владение навыками практической деятельности; кейс-задание решено на высоком уровне, содержит аргументацию и пояснения.

#### **Критерии оценки (в баллах):**

- **9-10** баллов выставляется студенту, если в теоретическом вопросе полно раскрыто содержание материала; четко и правильно даны определения, раскрыто содержание понятий; верно использованы научные термины; демонстрируются высокий уровень умения оперировать научными категориями, анализировать информацию, владение навыками практической деятельности; кейс-задание решено на высоком уровне, содержит пояснения; тестовые задания решены свыше, чем на 80%; уровень знаний, умений, владений – высокий;

- **7-8** баллов выставляется студенту, если в теоретическом вопросе раскрыто основное содержание материала; в основном правильно даны определения понятий и использованы научные термины; ответ самостоятельный; определения понятий неполные, допущены незначительные нарушения в последовательности изложения; небольшие недостатки при использовании научных терминов; кейс-задание решено верно, но решение не доведено до завершающего этапа; тесты решены на 60-80%. Уровень знаний, умений, владений – средний;

- **5-6** баллов выставляется студенту, если в теоретическом вопросе усвоено основное, но непоследовательно; определения понятий недостаточно четкие; не использованы в качестве доказательства выводы и обобщения из наблюдений, практических занятий; уровень умения оперировать научными категориями, анализировать информацию, владения навыками практической деятельности невысокий, наблюдаются пробелы и неточности; в решение кейс-задания верно выполнены некоторые этапы; тесты решены на 40-60%; уровень знаний, умений, владений – удовлетворительный;

- **менее 5** баллов выставляется студенту, если в теоретическом вопросе не изложено основное содержание учебного материала, изложение фрагментарное, не последовательное; определения понятий не четкие; не использованы в качестве доказательства выводы и обобщения из наблюдений, уровень умения оперировать научными категориями, анализировать информацию, владения навыками практической деятельности очень низкий; тесты решены менее, чем на 40 %; уровень знаний, умений, владений – недостаточный.

#### **Групповой опрос**

Групповой опрос. Список 1

- Дайте определение комплекса маркетинга, указав четыре основных составляющих.
- Приведите функциональную систему управления маркетингом.
- Модели стратегического маркетинга.
- Модели планирования бюджета на маркетинг .
- Цели и функции информационных систем в маркетинге. Приведите типы ИС, используемых в управлении маркетингом.
- Состав и содержание работ по созданию ИС маркетинга.
- Задачи принятия решений в маркетинге: значение, постановка, критерии.

- Приведите модель ценообразования на основе оценки спроса ИП и ИУ.

#### Групповой опрос. Список 2

- Дайте определение комплекса маркетинга, указав четыре основных составляющих.
- Приведите функциональную систему управления маркетингом.
- Модели стратегического маркетинга.
- Модели планирования бюджета на маркетинг .
- Цели и функции информационных систем в маркетинге. Приведите типы ИС, используемых в управлении маркетингом.
- Состав и содержание работ по созданию ИС маркетинга.
- Задачи принятия решений в маркетинге: значение, постановка, критерии.
- Приведите модель ценообразования на основе оценки спроса ИП и ИУ.

Методические материалы, определяющие процедуру оценивания группового опроса

#### Критерии оценки

**5 баллов** выставляется студенту, если: в ответе качественно раскрыто содержание темы. Ответ хорошо структурирован. Прекрасно освоен понятийный аппарат. Продемонстрирован высокий уровень понимания материала. Превосходное умение формулировать свои мысли, обсуждать дискуссионные положения.

**4 балла** выставляется студенту, если: основные вопросы темы раскрыты. Структура ответа в целом адекватна теме. Хорошо освоен понятийный аппарат. Продемонстрирован хороший уровень понимания материала.

Хорошее умение формулировать свои мысли, обсуждать дискуссионные положения.

**3 балла** выставляется студенту, если: тема частично раскрыта. Ответ слабо структурирован. Понятийный аппарат освоен частично. Понимание отдельных положений из материала по теме. Удовлетворительное

умение формулировать свои мысли, обсуждать дискуссионные положения.

**0-2 балла** выставляется студенту, если: тема не раскрыта. Понятийный аппарат освоен неудовлетворительно. Понимание материала фрагментарное или отсутствует. Неумение формулировать свои мысли, обсуждать дискуссионные положения.

#### Лабораторная работа

**Определение статистических характеристик набора данных** Для вычисления статистических характеристик генеральной совокупности или созданной на ее основе выборки применяются статистические функции Excel 2007. Доступ к этим функциям возможен из следующих двух мест: Категория Статистические функции. Для доступа к этой категории перейдите на вкладку Формулы, затем щелкните на кнопке Другие функции, после чего выберите пункт меню Статистические. После этого можно выбрать требуемую функцию в отобразившемся списке либо щелкнуть на кнопке Вставить функцию, затем выбрать такую же функцию в диалоговом окне Мастер функций — шаг 1 из 2. Надстройка Analysis ToolPak. Порядок доступа к этой надстройке описан ранее, сейчас же отмечу, что здесь можно найти статистические функции, отсутствующие в указанной выше категории Статистические функции. Ранее мы уже сталкивались с одной из весьма полезных функций, предлагаемых этой надстройкой, — Sampling (Выборка), сейчас же рассмотрим некоторые другие функции этой надстройки (не менее, а то и более полезные).  
**Описательная статистика** Descriptive Statistics (Описательная статистика) является одной из наиболее популярных возможностей, входящих в надстройку Analysis ToolPak, с помощью которой можно «в один присест» определить основные статистические характеристики выборки. По сути это не функция, а целый набор функций, перечисленных в следующем списке: Mean (Среднее значение). Подсчет среднего значения по выборке (аналог функции СРЗНАЧ()). Standard Error (Стандартная ошибка). Среднеквадратичное отклонение от среднего значения по выборке. Median

(Медиана). Определение медианы (квантиль порядка 0,5, то есть «середина» множества). Аналог статистической функции МЕДИАНА(). Mode (Мода). Вычисление значения моды (наиболее часто встречающегося либо повторяющегося значения в выборке). Аналог статистической функции МОДА(). Standard Deviation (Стандартное отклонение). Среднее квадратичное отклонение выборки. Аналог статистической функции СТАНДОТКЛОН(). Sample Variance (Дисперсия выборки). С помощью этой функции вычисляется дисперсия выборки. Аналог статистической функции ДИСП(). Kurtosis (Эксцесс). Определение эксцесса множества данных. Эксцесс характеризует относительную «остроконечность» или «сглаженность» распределения по сравнению с нормальным распределением. Положительный эксцесс обозначает относительно остроконечное распределение. Отрицательный эксцесс обозначает относительно сглаженное распределение. Аналог статистической функции ЭКСЦЕСС(). Skewness (Асимметричность). Вычисление асимметрии распределения. Асимметрия характеризует степень несимметричности распределения относительно его среднего. Положительная асимметрия указывает на отклонение распределения в сторону положительных значений. Отрицательная асимметрия указывает на отклонение распределения в сторону отрицательных значений. Аналог статистической функции СКОС(). Range (Интервал). «Широта» выборки — разница между максимальным и минимальным значениями выборки. Аналог статистической функции РАНГ(). Minimum (Минимум). Минимальное значение выборки. Аналог статистической функции МИН(). Maximum (Максимум). Максимальное значение выборки. Аналог статистической функции МАКС(). Sum (Сумма). Сумма значений по выборке. Аналог статистической функции СУММ(). Count (Счет). Подсчет количества элементов, образующих выборку. Аналог статистической функции СЧЕТ(). Largest(1) (Наибольшее значение выборки). Наибольшее значение по выборке. Аналог статистической функции НАИБОЛЬШИЙ(). Smallest(1) (Наименьшее значение выборки). Наименьшее значение по выборке. Аналог статистической функции НАИМЕНЬШИЙ(). Confidence Level(N %) (Уровень надежности). Граница доверительного интервала для неизвестного математического ожидания с доверительным уровнем N %. Эта статистическая характеристика применяется для формирования доверительного интервала, который вычисляется по формуле среднее значение  $\pm$  уровень надежности.

Методические материалы, определяющие процедуру оценивания выполнения лабораторных работ

Описание методики оценивания выполнения лабораторных работ: оценка за выполнение лабораторных работ ставится на основании знания теоретического материала по теме работы, умений и навыков применения знаний на практике, работы с оборудованием, анализировать результаты работы.

**Критерии оценки (в баллах):**

- **5** баллов выставляется студенту, если демонстрируются знания темы, цели и задач лабораторной работы, хода работы, демонстрируется полное знание теоретического материала по теме лабораторной работы (в процессе обсуждения, при ответе на контрольные вопросы); демонстрируются умения и навыки работы с компьютером и графическими редакторами, применения знания на практике, анализа результатов работы и формулирование выводов, владение навыками прикладной деятельности;
- **4** балла выставляется студенту, если демонстрируются знания темы, цели и задач лабораторной работы, хода работы, демонстрируется неполное знание фактического материала по теме лабораторной работы (в процессе обсуждения, при ответе на контрольные вопросы); демонстрируются некоторые недостатки умения работать с компьютером и графическими редакторами, применять знания на практике, недостатки владения навыками прикладной деятельности и способности анализировать результаты работы, формулировать выводы, проследивать причинно-следственные связи;
- **3** балла выставляется студенту, если демонстрируются неполные знания цели и задач лабораторной работы, хода работы, демонстрируется неполное, несистемное знание теоретического материала по теме лабораторной работы (в процессе обсуждения, при ответе на контрольные вопросы); демонстрируются заметные недостатки в умении работать с компьютером и графическими редакторами, применять знания на практике, недостаточно владеет навыками

прикладной деятельности, способностью анализировать результаты работы и формулировать выводы, прослеживать причинно-следственные связи;

- **0-2** балла выставляется студенту, если демонстрируются полное или почти полное отсутствие знания цели и задач лабораторной работы, хода работы, демонстрируется полное или почти полное отсутствие знания теоретического материала по теме лабораторной работы (в процессе обсуждения, при ответе на контрольные вопросы); демонстрируются значительные недостатки умения работать с компьютером и графическими редакторами, применять знания на практике, владения навыками прикладной деятельности, способности анализировать результаты работы и формулировать выводы, прослеживать причинно-следственные связи.

### Экзаменационные билеты

Экзамен (зачет) является оценочным средством для всех этапов освоения компетенций. Структура экзаменационного билета: в билете указывается кафедра в рамках нагрузки которой реализуется данная дисциплина, форма обучения, направление и профиль подготовки, дата утверждения; билет может включать в себя теоретический(ие) вопрос(ы) и практическое задание (кейс-задание).

Примерные вопросы к экзамену, 4 курс / 7 семестр

1. Понятие о мониторинге информационных продуктов
2. Сущность, цели, основные принципы и функции маркетинга
3. Проблемы маркетинга информационных продуктов и услуг
4. Структура и содержание информационного ресурса, обеспечивающего эффективность функционирования фирмы
5. Система маркетинговых исследований рынка информационных услуг и продуктов
6. Модель организации маркетинговой деятельности фирмы на рынке информационных услуг и продуктов
7. Маркетинговые исследования: сущность, классификация, этапы проведения
8. Определение проблемы и подхода к проведению маркетингового исследования
9. План маркетингового исследования
10. Поисковые маркетинговые исследования: вторичная информация
11. Качественные исследования
12. Дескриптивные маркетинговые исследования
13. Причинно-следственное маркетинговое исследование
14. Основы измерения и сравнительное шкалирование
15. Методы несравнительного шкалирования
16. Разработка анкет
17. Выборка: планирование и наблюдение
18. Определение объема выборки
19. Полевые работы
20. Подготовка данных к анализу
21. Базовый анализ данных
22. Подготовка отчета о результатах маркетингового исследования и его презентация

Образец экзаменационного билета

<b>МИНОБРНАУКИ РФ</b> <b>ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ</b> <b>ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ</b> <b>«УФИМСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ НАУКИ И ТЕХНОЛОГИЙ»</b> <b>БИРСКИЙ ФИЛИАЛ УУНиТ</b> <b>Кафедра информатики и экономики</b>	
Дисциплина: Мониторинг и маркетинг	Курсовые экзамены 20__-20__ г.

информационных продуктов и услуг очная форма обучения 4 курс 7 семестр	Направление 09.03.03 Прикладная информатика Профиль: Прикладная информатика в информационной сфере
<b>Экзаменационный билет № 1</b> 1. Сущность, цели, основные принципы и функции маркетинга 2. Защита проекта – отчета о результатах маркетингового исследования	
Дата утверждения: _____.____._____	Заведующий кафедрой _____

Методические материалы, определяющие процедуру оценивания ответа на экзамене

Критериями оценивания являются баллы, которые выставляются за виды деятельности (оценочные средства) по итогам изучения модулей (разделов дисциплины), перечисленных в рейтинг-плане дисциплины: текущий контроль – максимум 40 баллов; рубежный контроль – максимум 30 баллов, поощрительные баллы – максимум 10.

При оценке ответа на экзамене максимальное внимание должно уделяться тому, насколько полно раскрыто содержание материала, четко и правильно даны определения, раскрыто содержание понятий, верно ли использованы научные термины, насколько ответ самостоятельный, использованы ли ранее приобретенные знания, раскрыты ли причинно-следственные связи, насколько высокий уровень умения оперирования научными категориями, анализа информации, владения навыками практической деятельности.

#### **Критерии оценки (в баллах):**

- **25-30 баллов** выставляется студенту, если студент дал полные, развернутые ответы на все теоретические вопросы билета, продемонстрировал знание функциональных возможностей, терминологии, основных элементов, умение применять теоретические знания при выполнении практических заданий. Студент без затруднений ответил на все дополнительные вопросы. Практическая часть работы выполнена полностью без неточностей и ошибок;
- **17-24 баллов** выставляется студенту, если студент раскрыл в основном теоретические вопросы, однако допущены неточности в определении основных понятий. При ответе на дополнительные вопросы допущены небольшие неточности. При выполнении практической части работы допущены несущественные ошибки;
- **10-16 баллов** выставляется студенту, если при ответе на теоретические вопросы студентом допущено несколько существенных ошибок в толковании основных понятий. Логика и полнота ответа страдают заметными изъянами. Заметны пробелы в знании основных методов. Теоретические вопросы в целом изложены достаточно, но с пропусками материала. Имеются принципиальные ошибки в логике построения ответа на вопрос. Студент не решил задачу или при решении допущены грубые ошибки;
- **1-10 баллов** выставляется студенту, если ответ на теоретические вопросы свидетельствует о непонимании и крайне неполном знании основных понятий и методов. Обнаруживается отсутствие навыков применения теоретических знаний при выполнении практических заданий. Студент не смог ответить ни на один дополнительный вопрос.

Перевод оценки из 100-балльной в четырехбалльную производится следующим образом:

- отлично – от 80 до 110 баллов (включая 10 поощрительных баллов);
- хорошо – от 60 до 79 баллов;
- удовлетворительно – от 45 до 59 баллов;
- неудовлетворительно – менее 45 баллов.

### **1.3. Рейтинг-план дисциплины**

Таблица перевода баллов текущего контроля в баллы рейтинга

	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
1	5	3	2	2	1	1	1	1	1	1
2		5	4	3	2	2	2	2	2	1
3			5	4	3	3	3	2	2	2
4				5	4	4	3	3	3	2
5					5	5	4	4	3	3
6						5	5	4	4	3
7							5	5	4	4
8								5	5	4
9									5	5
10										5

Рейтинг-план дисциплины представлен в Приложении 1.

## 2. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

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

#### Основная литература

1. Информатика в экономике : учеб. пособ. для студ. вузов, обуч. по спец. 080109 "Бух. учет, анализ и аудит", 080105 "Финансы и кредит", 080104 "Экономика труда" и др. / Под ред. Б. Е. Одинцова, А. Н. Романова. — М. : Вузовский учебник, 2010. — 477 с.
2. Сейфуллаева, М.Э. Международный маркетинг : учебник / М.Э. Сейфуллаева. - Москва : Юнити-Дана, 2015. - 319с. <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=119592>

#### Дополнительная литература

1. Информационные системы в экономике : учеб. пособ. для студ. вузов, обуч. по спец. 080105 "Финансы и кредиты", 080109 "Бухгалтерский учет, анализ и аудит", 080102 "Мировая экономика", 080111 "Маркетинг", 080507 "Менеджмент организации", 080504 "Государственное муниципальное управление" / Под ред. А. Н. Романова, Б. Е. Одинцова. — М. : Вузовский учебник, 2010. — 410 с.

### 5.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» и программного обеспечения, необходимых для освоения дисциплины

1. Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://elibrary.ru/>.
2. Электронная библиотечная система «Лань» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://e.lanbook.com/>.
3. Университетская библиотека онлайн biblioclub.ru [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://biblioclub.ru/>.
4. Электронная библиотека УУНиТ [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://elib.bashedu.ru/>.
5. Российская государственная библиотека [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.rsl.ru/>.
6. Национальная электронная библиотека [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://xn--90ax2c.xn--p1ai/viewers/>.
7. Национальная платформа открытого образования proed.ru [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://npoed.ru/>.
8. Электронное образование Республики Башкортостан [Электронный ресурс]. – Режим



- доступа: <https://edu.bashkortostan.ru/>.
9. Информационно-правовой портал Гарант.ру [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.garant.ru/>.

### Программное обеспечение

1. Браузер Google Chrome - Бесплатная лицензия [https://www.google.com/intl/ru\\_ALL/chrome/privacy/eula\\_text.html](https://www.google.com/intl/ru_ALL/chrome/privacy/eula_text.html)
2. Office Professional Plus - Договор №0301100003620000022 от 29.06.2020, Договор № 2159-ПО/2021 от 15.06.2021, Договор №32110448500 от 30.07.2021
3. Windows - Договор №0301100003620000022 от 29.06.2020, Договор № 2159- ПО/2021 от 15.06.2021, Договор №32110448500 от 30.07.2021
4. Браузер Яндекс - Бесплатная лицензия [https://yandex.ru/legal/browser\\_agreement/index.html](https://yandex.ru/legal/browser_agreement/index.html)
5. Visual Studio Community - Бесплатная лицензия <https://visualstudio.microsoft.com/ru/free-developer-offers/>

### 6. Материально-техническая база, необходимая для осуществления образовательного процесса по дисциплине

Наименование специализированных аудиторий, кабинетов, лабораторий	Вид занятий	Наименование оборудования, программного обеспечения
Аудитория 301 Читальный зал (электронный каталог)(ФМ)	Для самостоятельной работы	Компьютеры в сборе, учебная мебель. Программное обеспечение 1. Браузер Google Chrome 2. Office Professional Plus 3. Windows
Аудитория 311(ФМ)	Лекционная, Семинарская, Для консультаций, Для контроля и аттестации	Учебная мебель, компьютеры в сборе, мультимедийный проектор vivitek d862, экран настенный dinon manual 160x160 mw, доска маркерная. Программное обеспечение 1. Браузер Google Chrome 2. Браузер Яндекс 3. Visual Studio Community 4. Windows 5. Office Professional Plus
Аудитория 313 а(ФМ)	Для хранения оборудования	Оверхед-проектор "reflex" с кейсом, проектор infocds in 2104dlp.
Аудитория 420(ФМ)	Для самостоятельной работы	Компьютеры в сборе, учебная мебель. Программное обеспечение 1. Office Professional Plus 2. Windows 3. Браузер Google Chrome