

Документ подписан простой электронной подписью  
Информация о владельце:  
ФИО: Сыров Игорь Анатольевич  
Должность: Директор  
Дата подписания: 30.10.2023 10:41:54  
Уникальный программный ключ:  
b683afe664d7e9f64175886cf9626a196149ad36

СТЕРЛИТАМАКСКИЙ ФИЛИАЛ  
ФЕДЕРАЛЬНОГО ГОСУДАРСТВЕННОГО БЮДЖЕТНОГО ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО  
УЧРЕЖДЕНИЯ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
«УФИМСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ НАУКИ И ТЕХНОЛОГИЙ»

Факультет Математики и информационных технологий  
Кафедра Прикладной информатики и программирования

**Оценочные материалы по дисциплине (модулю)**

дисциплина ***Маркетинг и монетизация приложений виртуальной и дополненной реальности***

***Блок Б1, часть, формируемая участниками образовательных отношений, Б1.В.03***  
цикл дисциплины и его часть (обязательная часть или часть, формируемая участниками образовательных отношений)

Направление

***01.04.02***

***Прикладная математика и информатика***

код

наименование направления

Программа

***Программирование и дизайн виртуальной и дополненной реальности***

Форма обучения

***Очная***

Для поступивших на обучение в  
***2023 г.***

Разработчик (составитель)

***кандидат физико-математических наук, доцент***

***Каримов Р. Х.***

ученая степень, должность, ФИО

<b>1. Перечень компетенций, индикаторов достижения компетенций и описание показателей и критериев оценивания результатов обучения по дисциплине (модулю)</b>	<b>4</b>
<b>2. Оценочные средства, необходимые для оценки результатов обучения по дисциплине (модулю)</b>	<b>6</b>
Список вопросов к устному опросу	6
1. Сущность информационного маркетинга.	6
2. Информация как предмет коммерческого распространения и потребления. Особенности маркетинга информационных продуктов и услуг.	6
3. Состояние российского информационного рынка.	6
4. Основные характеристики информационных продуктов и услуг как товара. Информационные продукты и услуги как товар.	6
5. Классификация информационных потребностей. Способы удовлетворения потребностей на рынке информационных продуктов и услуг.	6
6. Организация исследований рынка информационных продуктов и услуг. Методы маркетинговых исследований. Сегментация рынка информационных продуктов и услуг.	6
7. Основы формирования спроса и предложения на рынке информационных продуктов и услуг.	6
8. Оценка конкурентоспособности информационных продуктов и услуг. Лицензирование программного продукта, как средства обеспечения информационной безопасности.	6
9. Ценообразование на рынке информационных услуг. Ценовая политика предприятия как важнейший инструмент маркетинга.	6
10. Основные модели, используемые в ценообразовании. Факторы, определяющие цену информационных продуктов и услуг.	6
11. Расчет цены на информационные услуги. Расчет цены программного продукта.	6
12. Вида ценовых стратегий, используемых на рынке информационных продуктов и услуг.	6
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.	6
14. Организационно-правовые формы распространения товаров на рынке информационных продуктов и услуг. Сервис на рынке информационных продуктов и услуг.	6
15. Стимулирование и продвижение информационных услуг и продуктов на рынок. Виды, функции и средства рекламирования информационных продуктов и услуг.	6

<b>16.</b>	Специфика продвижения информационных продуктов и услуг на разных стадиях жизненного цикла. Выбор формы продвижения информационных продуктов и услуг в зависимости от особенностей товара. ....	6
<b>17.</b>	Организация процесса рекламной компании. Определение рекламного бюджета на информационных продуктов и услуг.....	6
<b>3.</b>	<b>Методические материалы, определяющие процедуры оценивания результатов обучения по дисциплине (модулю), описание шкал оценивания .....</b>	<b>8</b>

**1. Перечень компетенций, индикаторов достижения компетенций и описание показателей и критериев оценивания результатов обучения по дисциплине (модулю)**

Формируемая компетенция (с указанием кода)	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Результаты обучения по дисциплине (модулю)	Показатели и критерии оценивания результатов обучения по дисциплине (модулю)				Вид оценочного средства
			1	2	3	4	
			неуд.	удовл.	хорошо	отлично	
ПК-5. Способен управлять процессами, связанными с полным циклом разработки цифровых продуктов	ПК-5.1. Знает основные стандарты оформления технической документации на различных стадиях жизненного цикла информационной системы.	Обучающийся должен знать основные стандарты оформления технической документации на различных стадиях жизненного цикла информационной системы.	Не знаком с основными стандартами оформления технической документации на различных стадиях жизненного цикла информационной системы.	Имеет фрагментарные представления об основных стандартах оформления технической документации на различных стадиях жизненного цикла информационной системы.	В целом сформировавшееся знание об основных стандартах оформления технической документации на различных стадиях жизненного цикла информационной системы.	Сформировавшееся систематическое знание об основных стандартах оформления технической документации на различных стадиях жизненного цикла информационной системы.	Устный опрос.
	ПК-5.2. Умеет применять стандарты оформления технической документации	Обучающийся должен уметь применять стандарты оформления технической документации	Отсутствие умения применять стандарты оформления технической документации	Фрагментарное умение применять стандарты оформления технической документации	В целом сформировавшееся умение применять стандарты оформления	Сформировавшееся систематическое умение применять стандарты	Лабораторная работа.

на различных стадиях жизненного цикла информационной системы.	документации на различных стадиях жизненного цикла информационной системы.	документации на различных стадиях жизненного цикла информационной системы.	документации на различных стадиях жизненного цикла информационной системы.	технической документации на различных стадиях жизненного цикла информационной системы.	оформления технической документации на различных стадиях жизненного цикла информационной системы.	
ПК-5.3. Владеет навыками составления технической документации на различных этапах жизненного цикла информационной системы.	Обучающийся должен владеть навыками составления технической документации на различных этапах жизненного цикла информационной системы.	Отсутствие владения или только фрагментарное владение навыками составления технической документации на различных этапах жизненного цикла информационной системы.	Неполное владение навыками составления технической документации на различных этапах жизненного цикла информационной системы.	В целом сформировавшееся владение навыка составления технической документации на различных этапах жизненного цикла информационной системы.	Сформировавшееся систематическое владение навыка составления технической документации на различных этапах жизненного цикла информационной системы.	Проектное задание.

## **2. Оценочные средства, необходимые для оценки результатов обучения по дисциплине (модулю)**

Список вопросов к устному опросу.

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. Виды 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.
18. Основные модели монетизации мобильных приложений.

## 19. Подходы к оценке эффективности модели монетизации.

### Список тем лабораторных работ

1. E-mail маркетинг в продвижении VR\AR продуктов. Технология осуществления рассылки. Результат автоматизированных серий писем.
2. Стратегия сегментации в E-mail маркетинге. Экономическая эффективность массовых рассылок.
3. Технология работы с платежными системами Webmoney, PayCash (Работа в Интернет с электронным кошельком: получение на кошелек, расчеты с помощью кошелька).
4. Лэндинг. Методы и факторы успеха.
5. Электронная коммерция бизнес-клиент (B2C).
6. Электронная коммерция бизнес-бизнес (B2B). Преимущества и недостатки.
7. Создание и регистрация сайта.
8. Разработка SEO -friendly сайта.
9. Сервисы контекстной рекламы. Анализ эффективности контекстной рекламы.
10. Медиапланирование в Интернет. Критерии выбора рекламных носителей.
11. Внутренняя оптимизация сайта.

### Задания для проектной работы

**Задание 1.** Разработать информационное письмо для анонса популяризации разработанного приложения VR/AR.

**Задание 2.** Используя платформу Wix.com создать многостраничный сайт для популяризации разработанного приложения VR/AR. Выбрать шаблон сайта из предлагаемого списка. 2. Разработать семантическое ядро и контент. В целом, весь процесс сбора семантического ядра можно разделить на следующие этапы: Определение основных запросов (образующих запросов); Парсинг всех запросов из <http://wordstat.yandex.ru/>; Удаление запросов по списку стоп-слов; Удаление запросов-пустышек. В данном случае, будет собрано достаточно поисковых запросов (около 15000), которых хватит для оптимизации проекта. Стоит отметить, что есть более изощренные методы сбора семантического ядра: Анализ структуры конкурентов; Анализ видимости конкурентов; Подсказки поисковых систем; История сайта (Яндекс.Метрика, Google Аналитикс); Анализ видимости сайта (Яндекс.Вебмастер, Google Вебмастер);

**Задание 3.** Зарегистрироваться в одной из социальных сетей (например, ВКонтакте) . 2. Создать сообщество популяризации разработанного приложения VR/AR.. Подготовить контент. 3. Разработать стратегию продвижения группы: Стратегия продвижения в социальных сетях включает следующие блоки: Постановка целей продвижения в социальных медиа; Сегментация целевой аудитории по ряду параметров; Бренд-чемпион: описание портрета идеального клиента, фаната бренда; Аудит продукта тайными покупателями/фокус-группа/соц.опрос среди выборки целевой аудитории; изучение продукта, выявление его достоинств, на которых можно делать акцент при продвижении или недостатков, мнение о которых надо корректировать у целевой аудитории. Создание инсайта: мотив плюс барьер к потреблению; Анализ поведения до 5 основных конкурентов в социальных медиа. Построение карты восприятия бренда; Мониторинг упоминаний о бренде в рунете с помощью специального ПО; Выбор социальных медиа и инструментов для достижения целей; Контентная стратегия; Формирование ключевых показателей эффективности KPI, методы их оценки, план работ; Формирование бюджета. (Источник: <https://socialair.ru/strategy/> ) 4. Разработать рекламную или PR кампанию по продвижения товаров и услуг с использованием мессенджеров (WhatsApp, Viber, Facebook Messenger, instagram) 5. Результаты представить в виде презентации в Power Point.

**Задание 4.** Создайте бриф на разработку приложения VR/AR.

**Задание 5.** Ознакомиться с возможностями систем контекстной рекламы Яндекс.Директ и Google AdWords 2. Разработать стратегию проведения рекламной кампании в одной из систем.

### 3. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания результатов обучения по дисциплине (модулю), описание шкал оценивания

Процедура оценивания результатов обучения обучающихся складывается из результатов активной работы на аудиторных практических, лабораторных занятиях, выполнения проектных работ 1-5. Билеты на экзамене содержат два теоретических вопроса и одну задачу. За экзамен студент имеет возможность получить до 30 баллов. Успеваемость обучающихся регулируется при помощи рейтинг планов модульно-рейтинговой системы, принятой в СФ БашГУ.

#### Рейтинг план дисциплины *Маркетинг и монетизация приложений*

Виды учебной деятельности студентов	Балл за конкретное зад.	Число заданий	Баллы	
			Минимальный	Максимальный
<b>Модуль 1.</b>				
<b>Текущий контроль</b>			<b>0</b>	<b>15</b>
1) Собеседование по контрольным вопросам во время аудиторной работы на практических занятиях	1	5	0	5
2) Выполнение лабораторных работ	1	10	0	10
<b>Рубежный контроль</b>			<b>0</b>	<b>15</b>
Выполнение проектного задания	5	1	0	5
<b>Поощрительные баллы</b>			<b>0</b>	<b>10</b>
Применение знаний, умений и навыков в рамках проектной работы			0	10
<b>Посещаемость (баллы вычитаются из общей суммы набранных баллов)</b>				
1. Посещение лекционных занятий			-6	0
2. Посещение практических занятий			-10	0
<b>Итоговой контроль</b>				
Отчёт по итоговому проекту				30
Экзамен			0	30

Результаты обучения по дисциплине (модулю) у обучающихся оцениваются по итогам текущего контроля количественной оценкой, выраженной в рейтинговых баллах. Оценке подлежит каждое контрольное мероприятие.

При оценивании сформированности компетенций применяется четырехуровневая шкала «неудовлетворительно», «удовлетворительно», «хорошо», «отлично».

Максимальный балл по каждому виду оценочного средства определяется в рейтинг-плане и выражает полное (100%) освоение компетенции.

Уровень сформированности компетенции «хорошо» устанавливается в случае, когда объем выполненных заданий соответствующего оценочного средства составляет 80-100%; «удовлетворительно» – выполнено 40-80%; «неудовлетворительно» – выполнено 0-40%

Рейтинговый балл за выполнение части или полного объема заданий соответствующего оценочного средства выставляется по формуле:

Рейтинговый балл =  $k \times$  Максимальный балл,

где  $k = 0,2$  при уровне освоения «неудовлетворительно»,  $k = 0,4$  при уровне освоения «удовлетворительно»,  $k = 0,8$  при уровне освоения «хорошо» и  $k = 1$  при уровне освоения «отлично».

Оценка на этапе промежуточной аттестации выставляется согласно Положению о модульно-рейтинговой системе обучения и оценки успеваемости студентов УУНиТ:

На экзамене выставляется оценка:

- отлично - при накоплении от 80 до 110 рейтинговых баллов (включая 10 поощрительных баллов),
- хорошо - при накоплении от 60 до 79 рейтинговых баллов,
- удовлетворительно - при накоплении от 45 до 59 рейтинговых баллов,
- неудовлетворительно - при накоплении менее 45 рейтинговых баллов.

При получении на экзамене оценок «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», на зачёте оценки «зачтено» считается, что результаты обучения по дисциплине (модулю) достигнуты и компетенции на этапе изучения дисциплины (модуля) сформированы.