Минобрнауки России

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Оренбургский государственный университет»

Кафедра компьютерной безопасности и математического обеспечения информационных систем

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

ДИСЦИПЛИНЫ

«Б1.Д.В.Э.1.1 Экономико-правовые основы рынка программного обеспечения»

Уровень высшего образования

СПЕЦИАЛИТЕТ

Специальность
10.05.01 Компьютерная безопасность
(код и наименование специальности)

специализация №3 «Разработка защищенного программного обеспечения»
(наименование направленности (профиля)/специализации образовательной программы)

Квалификация
Специалист по защите информации

Форма обучения
Очная

Год набора 2022

Рабочая программа дисциплины «*Б1.Д.В.Э.1.1 Экономико-правовые основы рынка программного обеспечения*» рассмотрена и утверждена на заседании кафедры

Кафедра компьютерной безопасности и математического обеспечения информационных систем
наименование кафедры

протокол № 7 от "14" марта 2022 г.

Заведующий кафедрой
Кафедра компьютерной безопасности и математического обеспечения информационных систем
наименование кафедры *подпись* И.В. Влацкая *расшифровка подписи*

Исполнители:
ст. преподаватель кафедры КБМОИС *должность* *подпись* Н.А. Заельская *расшифровка подписи*

должность *подпись* *расшифровка подписи*

СОГЛАСОВАНО:
Председатель методической комиссии по специальности
10.05.01 Компьютерная безопасность *код наименование* *личная подпись* И.В. Влацкая *расшифровка подписи*

Заведующий отделом комплектования научной библиотеки
личная подпись Н.Н. Бигалиева *расшифровка подписи*

Уполномоченный по качеству факультета
личная подпись И.В. Крючкова *расшифровка подписи*

№ регистрации 140755

© Заельская Н.А., 2022
© ОГУ, 2022

1 Цели и задачи освоения дисциплины

Цель (цели) освоения дисциплины:

– изучить программное обеспечение как товар, потребителей программного обеспечения, ценообразование на рынке программного обеспечения,

– рассмотреть правовые аспекты, связанные с производством, продажей, использованием и обслуживанием программного обеспечения.

Задачи:

- приобретение обучающимися знаний и практических навыков применения приемов и методов маркетинга при разработке программных продуктов на основе юридически грамотного системного и комплексного подхода;

- получение представления об официальных актах правовой охраны программ и баз данных, основными документами Российского законодательства, регулирующими вопросы авторского права и правовой охраны продуктов.

2 Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина относится к дисциплинам (модулям) по выбору вариативной части блока Д «Дисциплины (модули)»

Пререквизиты дисциплины: *Б1.Д.Б.13 Информатика, Б1.Д.Б.39 Право, Б1.Д.Б.43 Основы экономики и финансовой грамотности*

Постреквизиты дисциплины: *Отсутствуют*

3 Требования к результатам обучения по дисциплине

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих результатов обучения

Код и наименование формируемых компетенций	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине, характеризующие этапы формирования компетенций
УК-9 Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности	УК-9-В-1 Выявляет и обосновывает сущность, закономерности экономических процессов, осознает их природу и связь с другими процессами; понимает содержание и логику поведения экономических субъектов; использует полученные знания для формирования собственной оценки социально-экономических проблем и принятия аргументированных экономических решений в различных сферах жизнедеятельности УК-9-В-2 Взвешенно осуществляет выбор оптимального способа решения финансово-экономической задачи, с учетом интересов экономических субъектов, ресурсных ограничений, внешних и внутренних факторов УК-9-В-3 Понимает последствия	**Знать:** - как проводиться: исследование рынка программного обеспечения, планирование товарного ассортимента, формирование спроса и стимулирование сбыта программного обеспечения; - основные документы Российского законодательства, регулирующие вопросы авторского права и правовой охраны продуктов. **Уметь:** - воздействовать на рынок программного обеспечения и общественный спрос на продукты информационных технологий в интересах профессиональной деятельности; - применять основные документы

Код и наименование формируемых компетенций	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине, характеризующие этапы формирования компетенций
	принимаемых финансово-экономических решений в условиях сформировавшейся экономической культуры; способен, опираясь на принципы и методы экономического анализа, критически оценить свой выбор с учетом области жизнедеятельности	Российского законодательства, регулирующие вопросы авторского права и правовой охраны продуктов. **Владеть:** − приемами использования правовых средств и средств маркетинга для изучения рынка, спроса, вкусов и желаний потребителей программного обеспечения; способностью принимать правильные управленческие решения, отвечать за принятое решение с позиций социальной значимости.

4 Структура и содержание дисциплины

4.1 Структура дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетные единицы (144 академических часа).

Вид работы	Трудоемкость, академических часов	
	8 семестр	всего
Общая трудоёмкость	**144**	**144**
Контактная работа:	**60,25**	**60,25**
Лекции (Л)	30	30
Практические занятия (ПЗ)	30	30
Промежуточная аттестация (зачет, экзамен)	0,25	0,25
Самостоятельная работа: *- самоподготовка (проработка и повторение лекционного материала и материала учебников и учебных пособий;* *- подготовка к практическим занятиям;* *- подготовка к рубежному контролю и т.п.)*	**83,75**	**83,75**
Вид итогового контроля (зачет, экзамен, дифференцированный зачет)	**зачет**	

Разделы дисциплины, изучаемые в 8 семестре

№ раздела	Наименование разделов	Количество часов				
		всего	аудиторная работа			внеауд. работа
			Л	ПЗ	ЛР	
1	Основные понятия рынка	8	2	2	-	4
2	Место программного обеспечения в общей структуре информационных услуг	10	2	2		6
3	Тенденции развития рынка программного обеспечения	12	2	4	-	6
4	Тенденции развития программных продуктов	12	2	4	-	6

№ раздела	Наименование разделов	Количество часов				
		всего	аудиторная работа			внеауд. работа
			Л	ПЗ	ЛР	
5	Маркетинговая смесь 4 «Р». Продукт. Характеристика товара «Программный продукт»	12	2	2	-	8
6	Жизненный цикл товара. Жизненный цикл программного продукта.	12	2	2	-	8
7	Исследование потребителей. Потребители программного обеспечения.	12	2	2	-	8
8	Ценообразование. Ценообразование на рынке программного обеспечения.	12	2	2	-	8
9	Продвижение товаров и услуг на рынок. Продвижение программного обеспечения на рынок.	14	2	4	-	8
10	Концепция информационной безопасности Российской Федерации	12	4	2	-	6
11	Правовое регулирование на рынке программного обеспечения	18	6	2	-	10
12	Реализация прав на рынке программного обеспечения	10	2	2	-	6
	Итого:	144	30	30	-	84
	Всего:	144	30	30	-	84

4.2 Содержание разделов дисциплины

1 Основные понятия рынка.

Маркетинг. Основная задача маркетинга. Диалектика процесса конкретизации потребности. Нужда. Потребность. Желание. Спрос. Покупка. Основные идеи Маслоу. Иерархия потребностей по Маслоу. Товар. Понятие «рынка».

2 Место программного обеспечения в общей структуре информационных услуг.

Информационные технологии. Потенциальные выгоды от эффективных информационных и коммуникационных систем. Основные средства информационные технологий. Рынок информационных продуктов. Услуги. Информационный продукт. Виды информационных услуг. Инфраструктура информационного рынка.

3 Тенденции развития рынка программного обеспечения.

Отрасль. Параметры оценки отрасли. Основные тенденции развития российского рынка ПО. Перспективы развития отрасли в России.

4 Тенденции развития программных продуктов.

Информационные тенденций. Усложнение информационных программных продуктов. Формы и методы взаимодействия между производителями, между производителями и клиентами. Глобализация программного обеспечения. Конвергенция программного обеспечения.

5 Маркетинговая смесь 4 «Р». Продукт. Характеристика товара «Программный продукт».

Товар или услуга. Три уровня товара. Программный продукт. Особенности программного продукта, влияющие на разработку комплекса маркетинга. Классы программ. Легальное распространение программных продуктов. Варианты распространения. Характеристики программного продукта. индивидуальная разработка программного продукта под заказ и разработка для массового распространения. Специфические особенности процесса разработки программного продукта. Оценка качества программных продуктов.

6 Жизненный цикл товара. Жизненный цикл программного продукта.

Жизненный цикл (или экономический цикл жизни) товара. Классическая кривая жизненного цикла товара (или услуги). Фазы жизненного цикла. Изменение принципиальных характеристик при прохождении товара через фазы жизненного цикла. Цикличность жизни товара. Жизненный цикл программ. Их временное соответствие друг другу. Маркетинг и спецификация программного продукта. Проектирование структуры программного продукта. Программирование, тестирование и отладка программ. Документирование программного продукта. Выход программного продукта на рынок программных средств. Эксплуатация программного продукта пользователями. Сопровождение программного продукта. Снятие программного продукта с продажи, отказ от сопровождения.

7 Исследование потребителей. Потребители программного обеспечения.

Маркетинговая цель предприятия. Возможности организации при правильном определении потребностей потребителей. Внешние побудительные факторы: факторы маркетинга и факторы внешней среды. Сегментирование рынка. Выбор целевых сегментов рынка. Позиционирование товаров на рынке. Цель сегментирования. Сегментирование по географическому принципу. Сегментирование по демографическому принципу. Психографическое сегментирование. Сегментирование по поведенческому признаку. Маркетинговое сегментирование. Критерии оценки привлекательности сегмента рынка. Три варианта охвата рынка: недифференцированный маркетинг, дифференцированный маркетинг, концентрированный маркетинг. Позиционирование. Факторы влияющие на потребителей ПО и их покупательское поведение. Направления исследования потребителей ПО: внешние побудительные факторы и личностные. Общеэкономические факторы. Социально-демографические факторы. Личностно-поведенческие факторы. Факторы культурного и общественно-политического характера.

8 Ценообразование. Ценообразование на рынке программного обеспечения.

Цена. Формы цены. Установление правильной цены на товар (услугу). Две части цены: эквивалент товара определенного качества, сопутствующие покупке затраты. Ценовая политика. Главные цели ценообразования. Ценовая политика предприятия. Ценовая стратегия. Ценообразование. Оценка спроса на новый товар. Дискриминационное установление цен. Установление цен по ассортиментной группе товаров (услуг). Направления установления уровня цены. Стратегия исчерпания. Установление цены на ПО. Величина резервной цены. Цена программного продукта.

9 Продвижение товаров и услуг на рынок. Продвижение программного обеспечения на рынок.

Продвижение продукта. Иерархические модели влияния. Целевая аудитория. Состояние покупательской готовности. Ответная реакция целевой аудитории. Виды маркетинговых коммуникаций. Каналы для связи с покупателями. Стимулирование сбыта. Стимулирование продаж. Стимулирование потребителей. Основные мероприятия по стимулированию торговли. Личная продажа. PR. Средства электронной коммерции. Источники информации о программных продуктах.

10 Концепция информационной безопасности Российской Федерации

Информационная безопасность Российской Федерации. Понятие национальных информационных ресурсов. Информационная безопасность Российской Федерации. Интересы государства в информационной сфере. Угрозы развитию отечественной индустрии информации. Источники угроз информационной безопасности Российской Федерации. Внутренние источники. Внешние источники. Состояние информационной безопасности Российской Федерации и основные задачи по ее обеспечению. Правовые и организационно-технические и экономические методы обеспечения информационной безопасности Российской Федерации.

11 Правовое регулирование на рынке программного обеспечения

Разделы Конституции Российской Федерации, касающиеся программного обеспечения. Разделы уголовного права, касающиеся программного обеспечения. Статьи Гражданского Кодекса Российской Федерации, регулирующие рынок программного обеспечения. Прочие законодательные

акты в области программного обеспечения. Международные правовые акты, регулирующие защиту авторских прав на программное обеспечение.

12 Реализация прав на рынке программного обеспечения

Компьютерная информация. Программа для ЭВМ. ЭВМ (компьютер). Сеть ЭВМ. База данных. Компетенция судебных органов, защищающих права на рынке программного обеспечения. Права авторства. Право на имя. Право на неприкосновенность (целостность). Вопросы судебной защиты гражданских прав авторов и правообладателей программного обеспечения. Виды правонарушений на рынке программного обеспечения.

4.3 Практические занятия (семинары)

№ занятия	№ раздела	Тема	Кол-во часов
1	1	Основные понятия рынка.	2
2	2	Место программного обеспечения в общей структуре информационных услуг.	2
3	3	Тенденции развития рынка программного обеспечения.	4
4	4	Тенденции развития программных продуктов.	4
5	5	Маркетинговая смесь 4 «Р». Продукт. Характеристика товара «Программный продукт»	2
6	6	Жизненный цикл товара. Жизненный цикл программного продукта.	2
7	7	Исследование потребителей. Потребители программного обеспечения.	2
8	8	Ценообразование. Ценообразование на рынке программного обеспечения.	2
9	9	Продвижение товаров и услуг на рынок. Продвижение программного обеспечения на рынок.	4
10	10	Концепция информационной безопасности Российской Федерации.	2
11	11	Правовое регулирование на рынке программного обеспечения.	2
12	12	Реализация прав на рынке программного обеспечения.	2
		Итого:	30

5 Учебно-методическое обеспечение дисциплины

5.1 Основная литература

1 Серго А. Г. , Пущин В. С. Основы права интеллектуальной собственности. - М.: Интернет-Университет Информационных Технологий, 2005. – 344 с. Режим доступа - http://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=233212&sr=1

2 Котова О.Н. Практикум по маркетингу: учебное пособие/ О.Н. Котова, А.В. Старикова; ГОУ ВПО «Кемеровский государственный университет». – Кемерово, 2010. – 148 с. Режим доступа - http://biblioclub.ru/index.php?page=book_view_red&book_id=232674

5.2 Дополнительная литература

1 Тультаев Т.А. Маркетинг товаров и услуг: учебно-практическое пособие/ Т.А. Тультаев. – М.: Изд.центр ЕАОИ, 2011. – 318 с. Режим доступа - http://biblioclub.ru/index.php?page=book_view_red&book_id=91071

2 Варламов М.Г Правовое обеспечение инновационной деятельности: учебное пособие/ М.Г. Варламов, С.Г. Галиева, А.В. Аляев; М-во образов. и науки России, Казан. нац. исслед. технол. ун-т.

– Казань: Изд-во КНИТУ, 2014. – 440 с. Режим доступа - http://biblioclub.ru/index.php?page=book_view_red&book_id=428285

5.3 Периодические издания

1 Вопросы экономики: журнал. - Москва : Агентство "Роспечать", - 2022.

2 Вестник компьютерных и информационных технологий: журнал. - М.: Агентство "Роспечать", 2022.

3 Информационные технологии: журнал. - М.: Агентство "Роспечать", 2022.

5.4 Интернет-ресурсы

www.citforum.ru/ - портал аналитических и научных статей в области информационных технологий;

www.intuit.ru/ - Национальный открытый университет «ИНТУИТ»

https://openedu.ru/course/ITMOUniversity/INTPRO/ - «Открытое образование». Курсы, МООК: Правовые основы защиты интеллектуальной собственности.

5.5 Программное обеспечение, профессиональные базы данных и информационные справочные системы

1 Операционная система Microsoft Windows текущей версии. Доступна в рамках подписки Microsoft DreamSpark Premium. Разработчик: компания Microsoft. Режим доступа: https://e5.onthehub.com/WebStore/ProductsByMajorVersionList.aspx?cmi_mnuMain=bdba23cf-e05e-e011-971f-0030487d8897&ws=58727022-4bac-e211-88b7-f04da23e67f4&vsro=8

2 Офисный пакет Microsoft Office (Word, Excel, Power Point) текущей версии. Доступен в рамках лицензионного соглашения OVS-ES. Разработчик: компания Microsoft. Режим доступа: https://products.office.com/en/home

6 Материально-техническое обеспечение дисциплины

Учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа, семинарского типа, для проведения групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации.

Аудитории оснащены комплектами ученической мебели, техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации большой аудитории.

Помещение для самостоятельной работы обучающихся оснащены компьютерной техникой с обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду ОГУ.

Каждый вид помещения может быть дополнен средствами обучения, реально используемыми при проведении учебных занятий соответствующего типа (например, - лабораторные стенды, макеты, имитационные модели, компьютерные тренажеры, симуляторы, муляжи, учебно-наглядные пособия, плакаты и т.п.)