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 2024

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 № 8 от "25" марта 2024 г.

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

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

должность *подпись* *расшифровка подписи*

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

Заведующий отделом формирования фонда и научной обработки документов
Н.Н. Бигалиева
личная подпись *расшифровка подписи*

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

№ регистрации _____

© Заельская Н.А., 2024
© ОГУ, 2024

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.5 Право, Б1.Д.Б.9 Основы экономики и финансовой грамотности, Б1.Д.Б.10 Информатика*

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	**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 Российского законодательства, регулирующие вопросы авторского права

Код и наименование формируемых компетенций	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине, характеризующие этапы формирования компетенций
	внутренних факторов УК-9-В-3 Понимает последствия 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	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: *- написание реферата (Р);* *- самоподготовка (проработка и повторение лекционного материала и материала учебников и учебных пособий;* *- изучение разделов курса «Экономико-правовые основы рынка программного обеспечения» в системе электронного обучения;* *- подготовка к итоговому тестированию в системе электронного обучения;* *- 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. Место программного обеспечения в общей структуре информационных услуг. Тенденции развития рынка.	38	8	8	-	22
2	Маркетинговая смесь 4 «Р». Продукт. Жизненный цикл товара. Исследование потребителей. Ценообразование. Продвижение товаров и услуг на рынок.	62	10	12	-	40
3	Правовое регулирование на рынке программного обеспечения. Реализация прав на рынке программного обеспечения.	44	12	10	-	22
	Итого:	144	30	30	-	84
	Всего:	144	30	30	-	84

4.2 Содержание разделов дисциплины

1 Основные понятия рынка. Место программного обеспечения в общей структуре информационных услуг. Тенденции развития рынка.

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

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.

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

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

2 Маркетинговая смесь 4 «Р». Продукт. Жизненный цикл товара. Исследование потребителей. Ценообразование. Продвижение товаров и услуг на рынок.

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.

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.

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. Сегментиро-

вание 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.

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.

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.

3 Правовое регулирование на рынке программного обеспечения. Реализация прав на рынке программного обеспечения.

Информационная безопасность Российской Федерации. Понятие национальных информационных ресурсов. Информационная безопасность Российской Федерации. Интересы государства в информационной сфере.

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.

Компьютерная информация. Программа для ЭВМ. ЭВМ (компьютер). Сеть ЭВМ. База данных. Права авторства. Право на имя. Право на неприкосновенность (целостность). Виды правонарушений на рынке программного обеспечения.

4.3 Практические занятия (семинары)

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

№ занятия	№ раздела	Тема	Кол-во часов
11	4	Правовое регулирование на рынке программного обеспечения.	4
12	4	Реализация прав на рынке программного обеспечения.	4
		Итого:	30

5 Учебно-методическое обеспечение дисциплины

5.1 Основная литература

1 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

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

5.2 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 Экономико-правовое обеспечение инженерной деятельности. Экономика : учебное пособие : [16+] / А. Ю. Казанская, Т. А. Макареня, Я. А. Налесная, С. В. Сташ ; Южный федеральный университет, Инженерно-технологическая академия. – Ростов-на-Дону ; Таганрог : Южный федеральный университет, 2021. – 129 с. Режим доступа – https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=698690

3 Заельская, Н. А. Экономико-правовые основы рынка программного обеспечения [Электронный ресурс] : электронный курс лекций / Н. А. Заельская; М-во образования и науки Рос. Федерации, Федер. гос. бюджет. образоват. учреждение высш. образования "Оренбург. гос. ун-т". - Оренбург : ОГУ. - 2018. Режим доступа: http://ufer.osu.ru/index.php?option=com_uferdbsearch&view=uferdbsearch&action=details&ufer_id=1561

5.3 Периодические издания

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

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

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

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 Astra Linux. «Astra Linux Special Edition» РУСБ.10015-01, лицензи-

онный договор №А-2021-1374-ВУЗ от 28.05.2021;

2 LibreOffice – свободно распространяемый офисный пакет, включающий в себя текстовый и табличный редакторы, редактор презентаций и другие офисные приложения.

3 Базы данных, информационно-справочные и поисковые системы:

- Консультант Плюс, Режим доступа: https://www.consultant.ru/cons/cgi/online.cgi
- Открытые поисковые системы: Yandex, Mail и др.

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, подключенной к сети "Интернет", и 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.)