**ВИЗИТНАЯ КАРТОЧКА**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Автор проекта | | | | |
| Фамилия, имя, отчество | | Комлик Андрей Владимирович  Куртаев Дмитрий Сергеевич | | |
| Город, область | | Нижний Новгород | | |
| ОУ | | ВГИПУ | | |
| Описание проекта | |  | | |
| Название темы вашего учебного проекта | | | | |
| ***Увеличиваем продажи программного обеспечения*** | | | | |
| Краткое содержание проекта | | | | |
| Данный проект проводится в рамках дисциплины «Маркетинговые исследования»  В результате самостоятельных исследований обучающиеся научатся управлять рисками, то есть использовать различные меры, позволяющие в определенной степени прогнозировать наступление рискового события и принимать меры к снижению степени риска. В ходе работы над проектом обучающиеся ответят на вопросы: «Как эффективно провести маркетинговые исследования в сфере продаж программного обеспечения?», «Как оценить рыночное состояние?», «Каким образом маркетинговая стратегия поможет с продажами программного обеспечения?».  Тема проекта является актуальной, поскольку в стремительно развивающихся рыночных условиях предприятие в целях нормальной работы должно просчитывать будущие изменения на рынке программного обеспечения. | | | | |
| Предметная область | | | | |
| Маркетинговые исследования | | | | |
| Возрастная группа | | | | |
| Студенты 3 курса | | | | |
| Приблизительная продолжительность проекта | | | | |
| *24 часа* | | | | |
| Основа проекта | | | | |
| Образовательные стандарты | | | | |
| Учебная программа по курсу «Повышения продаж программного обеспечения» разработана в соответствии с требованиями ГОСТ высшего профессионального образования. Соответствует учебному плану подготовки бакалавров (магистров) по направлению 080111 «Маркетинг». | | | | |
| **Планируемые результаты обучения** | | | | |
| После завершения проекта учащиеся смогут:  1. Верно ориентироваться на рынке продаж ПО.  2. Понимать желание потребителей и современные тенденции на рынке ПО.  3. Уметь верно проводить тестовый маркетинг. | | | | |
| Вопросы, направляющие проект | | | | |
| Основополагающий вопрос | Как добиться эффективности? | | | |
| Проблемные вопросы учебной темы | 1. Как найти покупателей ПО? 2. Как обеспечить необходимое качество ПО? 3. Как завоевать рынок продажи программного обеспечения? | | | |
| Вопросы по содержанию | 1.Что такое программное обеспечение?  2.Какие виды ПО существуют?  3.Как заинтересовать покупателя?  4.Какими методами исследуется спрос на ПО?  5.Какие виды тестового маркетинга существуют?  6.Что такое тестовый маркетинг?  7.Какие виды экспериментов маркетинга существуют?  8.Что такое лабораторный эксперимент?  9.Что такое полевой эксперимент?  10.Какие виды опросов респондентов существуют? | | | |
| План оценивания |  | | | |
| График оценивания | | | | |
| **До работы над проектом** | | | **Ученики работают над проектом и выполняют задания** | **После завершения работы над проектом** |
| Стартовая презентация преподавателя для выявления [потребностей учащихся](http://educate.intel.com/ru/AssessingProjects/AssessmentStrategies/GaugingStudentNeeds/) | | | Листы планирования работы в группах, листы самооценки, взаимооценки, журнал оценки, рефлексия в блоге проектов | Итоговая самооценка, взаимооценка, эксперто-оценка, оценка преподавателем, защита работ на итоговой конференции, представление лучших работ на школьную научно практическую конференцию, итоговая рефлексия студента и преподавателя. |
| Описание методов оценивания | | | | |
| Вначале создается презентация преподавателя, которая позволяет выявить начальные знания о программном обеспечении, ставятся проблемные вопросы в данной предметной области. Коллективу необходимо разбиться на группы в зависимости от исследуемой стороны проблемы. Определяются этапы работы над проектом.  Для организации работы внутри группы студенты создают вики-статью. Работая над проектом, студенты заполняют листы планирования работы в группе, выполняют самооценку и взаимооценку вклада каждого в работу группы. Каждый студент должен ознакомиться с рынком продаж программного обеспечения. Преподаватель оценивает выполнение самостоятельной работы «Изучение рынка программного обеспечения».  Работа над темой исследования заканчивается представлением результатов в виде кар знаний, Google-сайтов, вики-статей и др. После завершения работы над проектом проводится конференция, на которой студенты демонстрируют результаты своих исследований в группе, а также обсуждаю работы других групп. Здесь оценивается глубина проведенного исследования, логичность представления материала, творческий подход, умение аргументировано выступать перед аудиторией, защищать свою точку зрения, участвовать в обсуждении, задавать вопросы.  Завершающий этап – внутригрупповая и индивидуальная рефлексия. | | | | |
| Сведения о проекте | | | | |
| Необходимые начальные знания, умения, навыки | | | | |
| • Пользовательские навыки работы на ПК  • Умение работать с различными источниками информации  • Работа в сети Интернет, поиск информации. | | | | |
| Учебные мероприятия | | | | |
| *Четкое описание учебного цикла — объем и последовательность учебных заданий и описание деталей выполнения учащимися планирования своего обучения* | | | | |
| Материалы для дифференцированного обучения | | | | |
| Ученик с проблемами усвоения учебного материала (Проблемный ученик) | В работе над проектом студенты выполняют доступные для себя четко определенные задачи на основе продуманного алгоритма действий. Они имеют возможность воспользоваться помощью других участников группы, проконсультироваться с преподавателем. Такие студенты должны почувствовать свою значимость в общем деле, почувствовать, что они могут быть успешными.  Опишите дидактические материалы для учеников, такие как планирование дополнительного времени для занятий, скорректированные цели обучения и задания, работа в группах, календари заданий, адаптированные технологии и поддержка специалистов. Также опишите, как учащиеся выражают результаты своего обучения (например, устные ответы вместо письменных тестов) | | | |
| Одаренный ученик | Темы работ в каждой группе позволяют студентам провести исследование достаточно глубоко, проявив навыки критического и системного мышления. Выполненные работы могут быть представлены на конкурс.  Опишите разные способы изучения содержания учебного материала, включая самостоятельные исследования и другие виды деятельности, помогающие ученикам показать или проявить то, что они изучили. Примерами такой деятельности могут быть усложненные задания, дополнительные задания, требующие более глубокого понимания материала, расширенные исследования на близкие темы по выбору и открытые задания или проекты | | | |
| Материалы и ресурсы, необходимые для проекта | | | | |
| Технологии — оборудование (отметьте нужные пункты) | | | | |
| Лазерный диск, компьютеры, принтер, проекционная система, конференц-оборудование, сканер, другие типы интернет-соединений, телевизор | | | | |
| Технологии — программное обеспечение (отметьте нужные пункты) | | | | |
| СУБД/электронные таблицы, программы обработки изображений, веб-браузер, текстовые редакторы, программы электронной почты, другие справочники на CD-ROM | | | | |
| Материалы на печатной основе | 1.     Алексунин В.А. Маркетенг: Учебник. - М.: Изд. - торг. Корп. «Дашков и К». 2006. - 204 с.  2.     Алёшина Н.В. Маркетинг для менеджера: Учебное пособие. / И.В. Алёшина. - М.: ФАИР - ПРЕС С. 2003. - 456 с.  3.     Амблер Т. Маркетинг и финансовый результат: Новые метрики богатства корпорации / Пер. с англ. - М.: Финансы и статистика. 2003. - 248 с.:ил.  4.     Амблер Т. Практический Маркетинг / Пер. с англ. СПБ.: Питер. 1999. - 400 с.  5.     Андерсон Э. Аутсорсинг в продажах / Эрин Андерсон, Боб Тринкл; пер. с англ. - М.: Изд - во «Добрая книга». 2006. - 416 с.  6.     Багиев Г.Л. Маркетинг: Учебник для вузов. - 3-е изд. / под ред. Г.Л. Багиева. Багиев Г.Л., Тарасевич В.М., Анн Х. - СПб.: Питер. 2007. - 736 с.: ил.  7.     Басовский Л.Е. Маркетинг: Курс лекций. - М.: ИНФРА-М. 1999. - 219 С. | | | |
| Интернет-ресурсы | 1. <http://www.marketcenter.ru/> 2. <http://expert.ru/> 3. <http://www.demis.ru/> 4. http://habrahabr.ru/ | | | |