МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ

ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ

«ДОНСКОЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Кафедра «Информационные технологии»

МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ

К ВЫПОЛНЕНИЮ КОНТРОЛЬНОЙ РАБОТЫ

ПО ДИСЦИПЛИНЕ

«ОСНОВЫ ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКИ»

Ростов-на-Дону

ДГТУ

2024

УДК 004.9

Составитель: Е.В. Шаповалова

Методические указания для выполнения лабораторных работ по дисциплине «Основы цифровой экономики».– Ростов-на-Дону: Донской гос. техн. ун-т, 2024.– 4 с.

Содержат рекомендации по выполнению и задания для лабораторных работ по дисциплине «Основы цифровой экономики».

Предназначены для обучающихся направления 09.03.03 «Прикладная информатика» очной, очно-заочной и заочной форм обучения.

УДК 004.9

Печатается по решению редакционно-издательского совета

Донского государственного технического университета

Ответственный за выпуск зав. кафедрой «Информационные технологии»,

д-р техн. наук, профессор Б.В. Соболь

В печать \_\_\_.\_\_\_. 20\_\_\_г.

Формат 60×84/16. Объем\_\_\_усл.п.л.

Тираж \_\_\_экз. Заказ №\_\_\_.

Издательский центр ДГТУ

Адрес университета и полиграфического предприятия:

344000, г. Ростов-на-Дону, пл. Гагарина,1

©Донской государственный

технический университет, 2024

ПРАВИЛА ВЫПОЛНЕНИЯ КОНТРОЛЬНОЙ РАБОТЫ

I. Выбор вопросов, входящих в контрольную работу.

Контрольная работа состоит из двух теоретических вопросов. Вопросы, на которые нужно ответить, определяются из таблицы 1 по последней цифре зачетной книжки.

Например, номер зачетной книжки 991064. Последняя цифра образуют число 4. Находим номер варианта: 4

Таблица 1.

|  |  |
| --- | --- |
| Шифр | Вопросы Контрольной работы |
|  |
| 0 | 1, 11 |
| 1 | 2, 12 |
| 2 | 3, 13, |
| 3 | 4, 14 |
| 4 | 5, 15 |
| 5 | 6, 16 |
| 6 | 7, 17 |
| 7 | 8, 18 |
| 8 | 9, 19 |
| 9 | 10, 20 |

II. Требования к содержательной части контрольной работы.

Контрольная работа по курсу носит характер письменного реферата. Формулировка вопросов определяет только минимальное содержание ответа на каждый вопрос. Подробные требования к широте охвата темы определяются на установочных лекциях преподавателем.

Несмотря на большое разнообразие изучаемых в курсе тем, средний объем текстовой части ответа на один вопрос должен соответствовать не менее, чем двум-трем страницам машинописного текста.

Ответы должны содержать сведения по существу вопросов. При необходимости должны быть приведены таблицы, графики, схемы и другие иллюстративные материалы с подробными пояснениями.

III. Оформление контрольной работы.

Первым пунктом контрольной работы должно быть определение номера варианта, по которому будет выполняться контрольная(курсовая) работа. В результате должны быть указаны номера заданий, взятые из таблицы.

Ответ на каждый вопрос должен начинаться с формулировки этого вопроса и заканчиваться списком литературы, использованной при ответе на данный вопрос.

После проверки контрольной работы преподавателем с каждым студентом проводится собеседование по охваченным в контрольной работе темам.

ВОПРОСЫ ПО КУРСУ

1. Понятие экономики информации. Понятие информационного ресурса. Мировые информационные ресурсы.
2. Понятие информационного продукта и услуги. Рынок информационных продуктов и услуг. Структура рынка.
3. Особенности функционирования экономики в информационной сфере. Правовое регулирование на информационном рынке.
4. Генерация идей ИТ-стартапа. Базовые способы генерации идей.
5. Источники идей. Принципы оценки идей. Понятие бизнес модели.
6. Основные компоненты бизнес-модели. Популярные бизнес-модели ИТ-стартапов.
7. Что такое сегмент рынка. Понятие целевой аудитории.
8. Понятие Customer development.
9. Ценообразование на рынке программных продуктов.
10. Виды цен и особенности их применения.
11. Структура цены. Методы системного анализа и математического моделирования в информационной сфере.
12. Закон спроса и предложения на рынке программных продуктов и услуг.
13. Понятие метрики стартапа. Выбор метрик для стартапа.
14. Система метрик AARRR. Разработка нового товара.
15. Жизненный цикл товара. Стадии жизненного цикла Интернет-проекта.
16. Современные информационные системы и технологии в сфере Интернет-предпринимательства
17. Этапы внедрения, адаптации и настройки информационных систем на стадиях интеграции и сопровождения Интернет-проекта.
18. Цели, задачи, соотношение элементов маркетинга и стратегий на каждом этапе жизненного цикла.
19. Понятие MVP. Примеры MVP.
20. Роль MVP в процессе проектирования и продвижения ИТ-стартапа.

ЛИТЕРАТУРА

1. Акулич М.В. Интернет-маркетинг.– Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2016.–352 с.

2. Остервальд А. Построение бизнес-модели.– Альпина Паблишер, 2015.–288 с.

3. Шаймиева Э.Ш. Основы предпринимательства.– Казань: Изд-во «Познание» Института экономики, управления и права, 2014.– 132 с.

4. Бланк С. Стартап. Настольная книга основателя/С. Бланк, Б. Дорф; Альпина Паблишер, 2016.–616 с.