

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Ярошенко Николай Николаевич

Должность: проректор по учебно-методической деятельности

Дата подписания: 04.06.2026 11:24:01

Уникальный программный ключ:

25cc77c6d2a242799b1569189212ec549db4bb3f

**Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
Московский государственный институт культуры**

УТВЕРЖДЕНО

Председатель УМС

**Библиотечно-информационного
факультета**

Боронина Н. В.

**ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)
ИНФОРМАЦИОННЫЙ РЫНОК**

Направление подготовки:	09.03.02 Информационные системы и технологии
Профиль подготовки:	Информационные системы и цифровые технологии в культуре
Квалификация выпускника:	Бакалавр
Форма обучения:	Очная

*(РПД адаптирована для лиц
с ограниченными возможностями
здоровья и инвалидов)*

1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Цель: сформировать у студентов комплексное представление о структуре, механизмах функционирования и тенденциях развития информационного рынка, а также развить навыки анализа и оценки информационных продуктов и услуг.

Задачи:

- изучить структуру и сегменты информационного рынка;
- освоить методы анализа спроса и предложения на информационные продукты и услуги;
- научиться оценивать конкурентоспособность информационных ресурсов;
- приобрести навыки работы с основными игроками информационного рынка;
- развить способность прогнозировать тенденции развития информационного рынка.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП ВО

Дисциплина «Информационный рынок» входит в состав Блока 1 «Дисциплины (модули)» и относится к части, формируемой участниками образовательных отношений ОПОП по направлению подготовки 09.03.02 Информационные системы и технологии, профиль - Информационные системы и цифровые технологии в культуре.

Дисциплина «Информационный рынок» изучается в 6 семестре. Входные знания, умения и компетенции, необходимые для изучения данного курса, формируются в процессе изучения таких дисциплин, как: Информационная культура личности, Введение в специальность, Современные информационные технологии и программное обеспечение. В результате освоения дисциплины формируются знания, умения и навыки, необходимые для изучения ряда дисциплин и прохождения практик и процедуры ГИА. Взаимосвязь курса с другими дисциплинами ООП способствует планомерному формированию необходимых компетенций и углубленной подготовке студентов к решению специальных практических профессиональных задач.

3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Процесс освоения дисциплины направлен на формирование компетенций ПК-1 в соответствии с ФГОС ВО и ОПОП ВО по данному направлению подготовки 09.03.02 Информационные системы и технологии

Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю).

Компетенция (код и наименование)	Индикаторы компетенций	Результаты обучения
ПК-1 Способен понимать и применять в практической деятельности теоретические основы технических, социально-	ПК-1.5. – Понимает и применяет в профессиональной деятельности историю информационных технологий и информационного развития общества (история	Знает: – основные этапы развития компьютерной техники, информационных технологий, понимает закономерности развития информационной сферы – основные этапы развития информатики, ведущих учёных и их

гуманитарных и междисциплинарных знаний, историю и прогнозы развития информационной сферы	профессиональной сферы)	<p>вклад в развитие информационных технологий, основные подходы к изучению информационных систем и процессов</p> <ul style="list-style-type: none"> - современное состояние сферы информационных технологий и информационного рынка, прогнозы научно-технологического и информационно-технологического развития - лучшие практики создания (модификации) и сопровождения ИС в экономике, культуре, искусстве, креативных индустриях, социокультурной сфере <p>Умеет: осуществлять мониторинг информационного рынка, строить профессиональную траекторию в сфере информационных систем и технологий</p> <p>Владеет: стремлением к изучению актуального состояния сферы информационных технологий, навыками самообразования и саморазвития, самостоятельного овладения новыми информационными технологиями</p>
---	-------------------------	--

4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (модуля)

4.1 Объем дисциплины (модуля)

Объем (общая трудоемкость) дисциплины «Информационный рынок» составляет 3 зе, 108 акад. часов, из них контактных 38 акад. ч., СРС 70 акад. ч., форма контроля зачет.

4.2. Структура дисциплины для очной формы обучения.

№ п/п	Тема/Раздел дисциплины	Семестр	Виды учебной работы*, включая самостоятельную работу студентов и трудоемкость (в часах)/ с указанием занятий, проводимых в интерактивных формах					СРС	Формы текущего контроля успеваемости (по неделям семестра) Форма промежуточной аттестации (по семестрам)
			Лекции	Семинары/практические	Консультации	ИКР	СРС		
1	Понятие и структура информационного рынка	6	2					10	Экспресс-опрос по материалам лекции
2	Сегменты информационного рынка	6	2	2			2	8	Семинар

3	Правовые основы информационного рынка	6	4			2	10	Экспресс-опрос по материалам лекции
4	Спрос и предложение на информационном рынке	6	2			4	8	Экспресс-опрос по материалам лекции
5	Ценообразование на информационные продукты	6	2	2			10	Практическая работа
6	Конкуренция на информационном рынке	6	4			2	8	Экспресс-опрос по материалам лекции
7	Информационные агентства и базы данных	6	2	2			8	Практическая работа
8	Тенденции развития информационного рынка	6	2	2			8	Семинар
	Итого: 108 ч.		20	8		10	70	Зачет

ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ

Семинары и практические занятия

Тема 2. Основные составляющие информационного рынка

Вопросы для обсуждения:

1. Техническая и технологическая составляющая информационного рынка.
2. Роль электронного бизнеса и электронной коммерции в создании новых видов рынков.
3. Понятие интеллектуальной собственности: авторские права, патенты и коммерческие тайны.
4. Международные и российские законы по правовому регулированию на информационном рынке.
5. Государственная политика информатизации в России.

Темы докладов:

- Технологии коммерческого распространения информации.
- Особенности формирования правовой базы информатизации в РФ.
- Развитие рынка программного обеспечения в РФ.

Практическое задание:

1. Проанализировать 3–4 крупных игрока на российском информационном рынке (например, Яндекс, VK, Ростелеком).
2. Составить таблицу:

Компания	Основные продукты/услуги	Технологическая база	Правовой статус	Доля рынка

3. Выявить ключевые технологии, используемые компаниями.
4. Подготовить краткий отчёт (1–2 страницы) с выводами о развитии технической составляющей информационного рынка в РФ.

Тема 5. Политика продвижения информационных продуктов и услуг

Вопросы для обсуждения:

1. Методы продвижения информационных продуктов на рынок.
2. Продвижение интерактивных услуг на разных стадиях жизненного цикла.
3. Контроль за выполнением программы маркетинга.
4. Методы и технологии интернет-маркетинга.
5. Особенности продвижения ИКТ-продуктов.

Темы докладов:

- Методы количественной и качественной оценки ёмкости рынка деловой информации.
- Методологические основы информационного маркетинга.
- Кейс-стади успешных кампаний продвижения ИКТ-продуктов.

Практическое задание:

1. Выбрать информационный продукт (мобильное приложение, онлайн-сервис, ПО).
2. Разработать план продвижения на 6 месяцев, включив:
 - целевую аудиторию;
 - каналы продвижения (SEO, контекстная реклама, соцсети, email-маркетинг);
 - бюджет на каждый канал;
 - KPI и метрики эффективности.
3. Создать макет рекламной кампании в одном из каналов (например, баннер для контекстной рекламы или пост для соцсетей).
4. Представить результаты в виде презентации (5–7 слайдов).

Тема 7. Ценообразование на информационные продукты

Вопросы для обсуждения:

1. Современные подходы к ценообразованию на информационные продукты.
2. Модели ценообразования (затратная, рыночная, ценностная).
3. Интегративная методика определения цены.
4. Оптимизационная модель нахождения оптимальной цены.
5. Особенности ценообразования на ПО и онлайн-сервисы.

Темы докладов:

- Экономическая эффективность моделей ценообразования.
- Ценообразование в SaaS-бизнесе.
- Сравнение подходов к ценообразованию в РФ и за рубежом.

Практическое задание :

1. Выбрать 3 аналогичных информационных продукта (например, CRM-системы или образовательные платформы).
2. Собрать данные о ценах, функционале, целевой аудитории.
3. Построить сравнительную таблицу:

Продукт	Цена (руб./мес.)	Функционал	ЦА	Модель ценообразования

4. Рассчитать ориентировочную цену для нового аналогичного продукта, используя:
 - затратный метод;
 - рыночный метод;
 - ценностный метод.
5. Обосновать выбор оптимальной модели ценообразования.
6. Подготовить отчёт с расчётами и выводами.

Тема 8. Исследование и прогнозирование развития информационного рынка

Вопросы для обсуждения:

1. Методы исследования информационного рынка.
2. Источники данных для анализа рынка ИКТ.
3. Инструменты прогнозирования (трендовый анализ, сценарное моделирование).
4. Влияние глобальных трендов на развитие информационного рынка.
5. Перспективы развития ИКТ в РФ.

Темы докладов:

- Анализ тенденций развития облачных технологий.
- Роль искусственного интеллекта в трансформации информационного рынка.
- Влияние цифровизации на спрос на информационные продукты.

Практическое задание:

1. Выбрать сегмент информационного рынка (например, EdTech, финтех, облачные сервисы).
2. Собрать данные за последние 3 года по:
 - объёму рынка;
 - темпам роста;
 - ключевым игрокам;
 - основным трендам.
3. Построить график динамики рынка (Excel или Google Таблицы).
4. Разработать прогноз на 2 года, используя один из методов:
 - линейную регрессию;
 - сценарный подход (оптимистичный/пессимистичный сценарий).
5. Подготовить презентацию (7–10 слайдов) с результатами исследования и прогноза. Включить:
 - графики и диаграммы;
 - описание методологии;
 - ключевые выводы и рекомендации для бизнеса.

ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ПО ИТОГАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Текущий контроль выполнения заданий (контроль формирования компетенций) осуществляется регулярно, начиная с первой недели семестра (входящий контроль). Текущий контроль освоения отдельных разделов дисциплины осуществляется при помощи устных опросов или тестовых заданий в завершении изучения каждого раздела. Система текущего контроля успеваемости служит не только оценке уровня компетентностной подготовки обучающегося и способствует в дальнейшем наиболее качественному и объективному оцениванию его в ходе промежуточной аттестации, но и самооценке обучающегося, стимулируя его усилия. Промежуточная аттестация проводится в форме зачета/экзамена.

СИСТЕМА ОЦЕНИВАНИЯ

Форма контроля	Компетенция	Оценка
Текущий контроль: - опрос - участие в дискуссии на семинаре - выполнение практических заданий	ПК-1.5	зачтено/не зачтено зачтено/не зачтено
Промежуточная аттестация: Зачет	ПК-1.5	зачтено /не зачтено

КРИТЕРИИ ОЦЕНКИ РЕЗУЛЬТАТОВ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Оценка по дисциплине	Критерии оценки результатов обучения по дисциплине
«зачтено»	Выставляется обучающемуся, если он знает на базовом уровне теоретический и практический материал, допускает отдельные ошибки при его изложении на занятиях и в ходе промежуточной аттестации. Обучающийся испытывает определённые затруднения в применении теоретических положений при решении практических задач профессиональной направленности стандартного уровня сложности, владеет необходимыми для этого базовыми навыками и приёмами. Демонстрирует достаточный уровень знания учебной литературы по дисциплине. Оценка по дисциплине выставляется обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации. Компетенции, закреплённые за дисциплиной, сформированы на уровне «достаточный».
не зачтено	Выставляется обучающемуся, если он не знает на базовом уровне теоретический и практический материал, допускает грубые ошибки при его изложении на занятиях и в ходе промежуточной аттестации.

Оценка по дисциплине	Критерии оценки результатов обучения по дисциплине
	<p>Обучающийся испытывает серьёзные затруднения в применении теоретических положений при решении практических задач профессиональной направленности стандартного уровня сложности, не владеет необходимыми для этого навыками и приёмами.</p> <p>Демонстрирует фрагментарные знания учебной литературы по дисциплине.</p> <p>Оценка по дисциплине выставляются обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации.</p> <p>Компетенции на уровне «достаточный», закреплённые за дисциплиной, не сформированы.</p>

ВОПРОСЫ ДЛЯ ПОДГОТОВКИ К ЗАЧЁТУ ПО ДИСЦИПЛИНЕ «ИНФОРМАЦИОННЫЙ РЫНОК»

Теоретические вопросы

1. Дайте определение информационного рынка. Каковы его основные функции?
2. Назовите и охарактеризуйте основных участников информационного рынка (производителей, потребителей, посредников).
3. Перечислите и кратко характеризуйте основные сегменты информационного рынка.
4. Охарактеризуйте сегмент бизнес-информации: состав, основные виды данных, ключевые потребители.
5. Что входит в сегмент профессиональной информации? Приведите примеры для разных профессий.
6. Опишите сегмент потребительской информации: виды, примеры, особенности спроса.
7. Что относится к государственной информации на информационном рынке? Каковы особенности её предоставления?
8. Назовите основные источники информации о рынке ИКТ и информационного бизнеса.
9. Перечислите ключевые законодательные акты РФ, регулирующие информационный рынок (укажите номера ФЗ и их основные положения).
10. Как устроено авторское право в сфере информационных продуктов? Какие права защищает?
11. Каковы особенности защиты персональных данных на информационном рынке (на основе ФЗ-152)?
12. Опишите механизмы доступа к информации согласно ФЗ-149.
13. Какие факторы влияют на спрос на информационные продукты и услуги?

14. Как проводится сегментация потребителей информации? Приведите примеры критериев сегментации.
15. Охарактеризуйте основные методы ценообразования на информационные продукты.
16. Какие модели монетизации информационных ресурсов существуют? Приведите по 2–3 примера для каждой.
17. Что такое конкуренция на информационном рынке? Какие барьеры входа существуют в этой сфере?
18. Перечислите основные стратегии компаний на информационном рынке. Приведите примеры.
19. Назовите ведущих мировых и российских информационных агентств. Кратко охарактеризуйте их специализацию.
20. Что такое базы данных? Как они классифицируются? Приведите примеры типов баз данных.
21. Охарактеризуйте поисковые системы и агрегаторы информации как участников информационного рынка.
22. Какие глобальные тенденции развития информационного рынка вы можете назвать?
23. Как влияет цифровая трансформация на информационный рынок? Приведите 3–4 примера изменений.
24. Какую роль играют технологии искусственного интеллекта в развитии информационного рынка?
25. Что такое персонализация информационных услуг? Приведите примеры её реализации.

Практические вопросы и задания

1. Составьте схему структуры информационного рынка с указанием основных сегментов и участников.
2. Классифицируйте следующие информационные продукты по сегментам рынка: финансовый отчёт компании, научная статья по медицине, новостная лента о политике, образовательная онлайн-платформа, база данных патентов.
3. Проанализируйте правовые кейсы: определите, какие нормы законодательства (ФЗ-149, ФЗ-152 и др.) нарушены в описанных ситуациях.
4. Рассчитайте стоимость информационного продукта (например, подписки на аналитический сервис) с учётом затрат на создание, поддержку и желаемой рентабельности 20 %.
5. Проведите SWOT-анализ для конкретного информационного ресурса (например, нового портала или научной базы данных).

6. Выберите сегмент информационного рынка (образовательные платформы, научные базы данных и т. д.) и соберите данные о ключевых игроках в этом сегменте. Представьте результаты в виде таблицы.
7. Проанализируйте спрос на информационные услуги в вашем регионе (например, популярность онлайн-курсов, спрос на бизнес-аналитику). Сделайте выводы о тенденциях.
8. Постройте прогноз развития выбранного сегмента информационного рынка на 2–3 года, учитывая текущие тренды (цифровизация, ИИ, персонализация).
9. Подготовьте краткий аналитический отчёт (1-2 страницы) по сегменту информационного рынка, включив:
 - описание сегмента;
 - ключевых игроков;
 - анализ спроса и предложения;
 - ценовую политику;
 - основные тенденции и перспективы.
10. Разработайте рекомендации по улучшению конкурентоспособности информационного ресурса (сайта, базы данных, сервиса) на основе проведённого анализа.

ТЕСТ ПО ДИСЦИПЛИНЕ «ИНФОРМАЦИОННЫЙ РЫНОК»

Вариант 1

Часть 1. Закрытые вопросы (выберите один правильный ответ)

1. Что относится к сегменту профессиональной информации?
 - а) новости политики;
 - б) научные статьи по медицине;
 - в) развлекательные видео;
 - г) прогноз погоды.
2. Какой федеральный закон регулирует доступ к информации в РФ?
 - а) ФЗ-152;
 - б) ФЗ-149;
 - в) ФЗ-273;
 - г) ФЗ-323.
3. Какая модель монетизации предполагает бесплатный базовый функционал и платные дополнительные услуги?
 - а) подписка;
 - б) разовая покупка;
 - в) freemium;
 - г) реклама.
4. Что такое SWOT-анализ?
 - а) метод ценообразования;
 - б) инструмент конкурентного анализа (сильные/слабые стороны,

- возможности/угрозы);
 - в) способ сегментации рынка;
 - г) тип базы данных.
5. Какое из перечисленных агентств является ведущим мировым информационным агентством?
- а) ТАСС;
 - б) РБК;
 - в) Reuters;
 - г) Интерфакс.

Часть 2. Открытые вопросы

- 6. Перечислите 3 основных сегмента информационного рынка.
- 7. Назовите 2 фактора, влияющих на спрос информационных продуктов.
- 8. Приведите пример базы данных научного профиля и кратко опишите её назначение (1–2 предложения).
- 9. Какие технологии ИИ активно используются на информационном рынке? Назовите 2 технологии и кратко поясните их применение (20–30 слов на каждую).
- 10. Опишите кратко (3–4 предложения), как цифровая трансформация повлияла на информационный рынок за последние 10 лет.

Ключи к варианту 1

Закрытые вопросы:

1 — б; 2 — б; 3 — в; 4 — б; 5 — в.

Открытые вопросы:

- 6. Бизнес-информация, профессиональная информация, потребительская информация (или: государственная информация).
- 7. Уровень цифровизации общества, уровень дохода потребителей, актуальность информации, доступность технологий.
- 8. Scopus — международная база данных научных публикаций с индексацией цитирования; Web of Science — аналогичная база с расширенными аналитическими возможностями.
- 9. Машинное обучение — для персонализации контента; чат-боты — для автоматизации поддержки пользователей.
- 10. Ускорился доступ к информации, появились новые форматы (подкасты, стримы), выросла роль соцсетей как источников новостей, автоматизировались процессы сбора и анализа данных.

Вариант 2

Часть 1. Закрытые вопросы (выберите один правильный ответ)

- 1. К какому сегменту относится финансовая отчётность компаний?
 - а) потребительская информация;
 - б) бизнес-информация;
 - в) государственная информация;
 - г) образовательная информация.
- 2. Какой закон регулирует защиту персональных данных в РФ?
 - а) ФЗ-149;
 - б) ФЗ-152;

- в) Ф3-436;
- г) Ф3-98.
- 3. Какой метод используется для анализа конкурентной среды?
 - а) SWOT-анализ;
 - б) TF-IDF;
 - в) LDA;
 - г) Word2Vec.
- 4. Что такое персонализация информационных услуг?
 - а) массовое распространение информации;
 - б) адаптация контента под потребности конкретного пользователя;
 - в) стандартизация форматов данных;
 - г) автоматизация сбора информации.
- 5. Какая платформа является примером агрегатора новостей?
 - а) Google Scholar;
 - б) Яндекс Новости;
 - в) eLibrary;
 - г) Scopus.

Часть 2. Открытые вопросы

- 6. Назовите 3 ключевых участника информационного рынка и кратко (1–2 слова) укажите их роль.
- 7. Перечислите 2 модели монетизации информационных ресурсов и приведите по одному примеру для каждой.
- 8. Приведите пример российского информационного агентства и кратко опишите его специализацию (1–2 предложения).
- 9. Какие глобальные тенденции развития информационного рынка вы можете назвать? Укажите 2 тенденции и кратко поясните каждую (20–30 слов).
- 10. Опишите кратко (3–4 предложения), как технологии ИИ влияют на персонализацию информационных услуг.

Ключи к варианту 2

Закрытые вопросы:

1 — б; 2 — б; 3 — а; 4 — б; 5 — б.

Открытые вопросы:

- 6. Производители (создают), потребители (используют), посредники (распространяют).
- 7. Подписка (Яндекс Плюс), freemium (Spotify: базовый функционал бесплатно, премиум — платно).
- 8. ТАСС — государственное информационное агентство РФ, специализируется на новостях политики, экономики, культуры.
- 9. Цифровизация — переход на онлайн-платформы; персонализация — использование ИИ для адаптации контента под пользователя.
- 10. ИИ анализирует поведение пользователей, предлагает релевантный контент, прогнозирует интересы, автоматизирует рекомендации (например, в соцсетях или стриминговых сервисах).