

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Белгородский Валерий Савельевич
Должность: Ректор
Дата подписания: 10.06.2024 14:07:55
Уникальный программный ключ:
8df276ee93e17c18e7bee9e7cad2d0ed9ab82473

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина
(Технологии. Дизайн. Искусство)»

Институт Магистратура
Кафедра Коммерции и сервиса

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Маркетинговые технологии и продуктовый менеджмент

Уровень образования	магистратура
Направление подготовки	43.04.01 Сервис
Направленность (профиль)	Управление бизнес-проектами в креативных индустриях
Срок освоения образовательной программы по очной форме обучения	2 года
Формы обучения	заочная

Рабочая программа учебной дисциплины «Маркетинговые технологии и продуктовый менеджмент» основной профессиональной образовательной программы высшего образования, рассмотрена и одобрена на заседании кафедры, протокол № 7 от 06.03.2024г.

Разработчик рабочей программы учебной дисциплины:

доцент

Н.С. Иващенко

заведующий кафедрой:

Б.А. Тхориков

1. ОБЩИЕ СВЕДЕНИЯ

Учебная дисциплина «Маркетинговые технологии и продуктовый менеджмент» изучается в первом семестре.

Курсовая работа/Курсовой проект - не предусмотрено.

1.1. Форма промежуточной аттестации:

Экзамен

1.2. Место учебной дисциплины в структуре ОПОП

Учебная дисциплина «Маркетинговые технологии и продуктовый менеджмент» относится к комплексным дисциплинам Модуля 1.

Изучение дисциплины опирается на результаты освоения образовательной программы предыдущего уровня.

Основой для освоения дисциплины являются результаты обучения по предшествующим дисциплинам и практикам в бакалавриате:

Результаты обучения по учебной дисциплине, используются при изучении следующих дисциплин и прохождения практик:

- Когнитивные технологии создания продуктов креативных индустрий,
- Реализация проектов в креативных индустриях,
- Учебная практика. Ознакомительная практика
- Производственная практика. Организационно-управленческая практика,
- Производственная практика. Преддипломная практика.

2. ЦЕЛИ И ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Целями освоения учебной дисциплины являются:

- приобретение студентом теоретических знаний и практических навыков в области управления продуктами, анализа и диагностирования продуктового портфеля как инструмента развития бизнеса;
- приобретение практических навыков работы в сфере формирования продуктовых стратегий организации;
- формирование у обучающихся компетенций, установленных образовательной программой в соответствии с ФГОС ВО по данной дисциплине.

Результатом обучения по учебной дисциплине является овладение обучающимися знаниями, умениями, навыками и опытом деятельности, характеризующими процесс формирования компетенций и обеспечивающими достижение планируемых результатов освоения учебной дисциплины.

2.1. Формируемые компетенции, индикаторы достижения компетенций, соотнесённые с планируемыми результатами обучения по дисциплине:

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине
ОПК-3 Способен разрабатывать и внедрять системы управления качеством услуг в избранной профессиональной сфере	ИД-ОПК-3.1 Анализ систем управления качеством услуг в избранной профессиональной сфере	– Определяет факторы и проводит оценку уровня конкурентоспособности услуг

ОПК-4 Способен разрабатывать и внедрять маркетинговые стратегии и программы в деятельность организаций в сфере сервиса	ИД-ОПК-4.1 Анализ и прогнозирование потребности рынка в сфере сервисного обслуживания, выявление проблем и перспектив развития сервиса	<ul style="list-style-type: none"> – Формирует ценностное предложение для потенциальных потребителей услуг, используя современные инструменты и методы анализа; – Владеет современными маркетинговыми технологиями в области формирования ассортиментной политики, определяет основные методы поиска идей о новых видах услуг;
ПК-1 Способен управлять ресурсами команды проекта (стартапа, организации) в сфере креативных индустрий	ИД-ПК-1.1 Применение методов экономического и когнитивного анализа и оценки проектов, результатов деятельности подразделений и предприятий с целью принятия эффективных управленческих решений	<ul style="list-style-type: none"> – Структурирует продуктовые команды, определяет роли и функции членов команды, эффективность их деятельности; – Диагностирует продуктовый портфель организации; – Экономически обосновывает выведение нового ассортимента услуг на рынок;
ПК-4 Способен организовывать прикладные научные исследования для реинжиниринга бизнес-процессов на постпроизводственных стадиях жизненного цикла продукции креативных индустрий и развития её ассортимента	ИД-ПК-4.2 Организация работы по изучению и внедрению научно-технических достижений, передового опыта по инновационному развитию процессов постпродажного обслуживания и сервиса	<ul style="list-style-type: none"> – Применяет различные методики исследования продукта, рассчитывает метрики аудитории и вовлеченности, метрики удовлетворенности и монетизации.

3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Общая трудоёмкость учебной дисциплины по учебному плану составляет:

по заочной форме обучения –	5	з.е.	160	час.
-----------------------------	---	------	-----	------

3.1. Структура учебной дисциплины для обучающихся по видам занятий
(заочная форма обучения)

Структура и объем дисциплины									
Объем дисциплины по семестрам	форма промежуточной аттестации	всего, час	Контактная аудиторная работа, час				Самостоятельная работа обучающегося, час		
			лекции, час	практические занятия, час	лабораторные занятия, час	практическая подготовка, час	курсовая работа	самостоятельная работа обучающегося, час	промежуточная аттестация, час
1 семестр Установочная сессия		64	6	8	-	-	-	50	-
Зимняя сессия	Экзамен	96	6	10				71	9
Всего:		160	12	18	-	-	-	121	9

3.1. Структура учебной дисциплины для обучающихся по разделам и темам дисциплины: (заочная форма обучения)

Планируемые (контролируемые) результаты освоения: код(ы) формируемой(ых) компетенции(й) и индикаторов достижения компетенций	Наименование разделов, тем; виды самостоятельной работы обучающегося; форма(ы) промежуточной аттестации	Виды учебной работы				Самостоятельная работа, час	Виды и формы контрольных мероприятий, обеспечивающие по совокупности текущий контроль успеваемости, включая контроль самостоятельной работы обучающегося; формы промежуточного контроля успеваемости
		Контактная работа					
		Лекции, час	Практические занятия, час	Лабораторные работы, час	Практическая подготовка, час		
Первый семестр							
Установочная сессия							
						50	
ОПК-3: ИД-ОПК-3.1; ОПК-4: ИД-ОПК-4.1; ПК-1: ИД-ПК-1.1; ПК-4: ИД-ПК-4.2	Тема 1 Современный маркетинг и его технологии	2				8	Формы текущего контроля: 1. дискуссия 2. выступление с презентацией 3. практическое задание 4. тестирование
	Тема 2 Управление продуктом. Разработка ценностного предложения	2				8	
	Тема 3 Управление продуктом. Разработка и Запуск продукта	2				8	
	ПЗ 1 Исследования рынка с целью формирования портфеля услуг		2			8	
	ПЗ 2 Разработка ценностного предложения для потенциальных потребителей услуг		4			9	
	ПЗ 3 Дорожная карта продукта		2			9	
	Итого установочная сессия		6	8			
Зимняя сессия							
ОПК-3: ИД-ОПК-3.1; ОПК-4: ИД-ОПК-4.1; ПК-1:	Тема 4 Управление продуктом. Продвижение и рост продукта	2				12	
	Тема 5 Продуктовые команды	2				12	

Планируемые (контролируемые) результаты освоения: код(ы) формируемой(ых) компетенции(й) и индикаторов достижения компетенций	Наименование разделов, тем; виды самостоятельной работы обучающегося; форма(ы) промежуточной аттестации	Виды учебной работы				Самостоятельная работа, час	Виды и формы контрольных мероприятий, обеспечивающие по совокупности текущий контроль успеваемости, включая контроль самостоятельной работы обучающегося; формы промежуточного контроля успеваемости
		Контактная работа					
		Лекции, час	Практические занятия, час	Лабораторные работы, час	Практическая подготовка, час		
ИД-ПК-1.1; ПК-4; ИД-ПК-4.2	Тема 6 Сбалансированность продуктового портфеля	2				12	
	ПЗ 4 Юнит-экономика. Маркетинговая воронка		4			12	
	ПЗ-5 Принципы структурирования команд. Требования к менеджеру продукта		2			12	
	ПЗ-6 Методы диагностирования продуктового портфеля		4			11	
	Итого зимняя сессия	6	10	х	х	71	
	ИТОГО	12	18	х	х	121	
	Экзамен	х	х	х	х	9	Экзамен устный по билетам

3.2. Краткое содержание учебной дисциплины

Наименование темы лекции	Содержание раздела (темы)
Установочная сессия	
Тема 1 Современный маркетинг и его технологии	Сущность, цели и принципы маркетинга. Формула 4P и ее современные трансформации. Особенности маркетинга сферы услуг. Понятие и виды маркетинговых технологий. Измерение интенсивности конкуренции на рынке. Производственный и потребительский потенциал рынка. Расчет абсолютного потенциала и фактической емкости рынка. Принципы и признаки сегментирования потребителей. Интерпретация сегментов и выбор целевого сегмента. Карты позиционирования продукта. Эволюция концепций маркетинга и появление новых технологий. Сравнение различных технологий разработки нового товара. Принципы STP: преимущества и недостатки. Эволюция товарных категорий и рынков. Технологии разработки нового продукта. Технология создания новых товарных категорий и рынков. Особенности маркетинга в цифровой среде. Введение в продуктовый менеджмент. Принципы и алгоритм формирования продуктового портфеля. Особенности маркетинга высокотехнологичного продукта.
Тема 2 Управление продуктом. Разработка ценностного предложения	Этапы продуктового цикла. Создание требований к продукту. Методы поиска идей о продукте. Продукт, обладающего ценностью для потребителей (PMF). MVP (минимально жизнеспособный продукт) – прототип продукта. Методы изучения потребностей и проблем потребителя. Методы изучения покупательских предпочтений. Глубинное интервью. Карта эмпатии Остервальдера. Карта пути пользователя (Customer Journey Map (CJM)): цели и задачи, виды, этапы разработки, примеры построения. User flow. Карта пользовательского опыта (Customer Experience Map (CEM)). Разработка ценностного предложения компании. Определение основных атрибутов ценностного предложения. Модели, пути и инструменты формирования ценностного предложения. Карта ценностного предложения VPC (Value Proposition Canvas). Примеры построения.
Тема 3 Управление продуктом. Разработка и Запуск продукта	Видение продукта. Принципы создания эффективного видения продукта. Цели и принципы создания продукта. Подход Jobs To Be Done. Метод управления по целям и ключевым результатам (OKR) в продуктовых командах. Разработка продукта. Задание разработчикам. Бизнес-процесс Product Discovery. Формализованный документ с требованиями для будущего продукта (Requirements Document (PRD) и его структура. Дорожная карта продукта (Roadmap): цели, виды, примеры составления. Запуск продукта. Проверка гипотез продукта. Тестирование продукта: этапы, метрики. Методологии Lean и Agile. Методики исследования продукта. Метрика ICE.
Зимняя сессия	
Тема 4 Управление продуктом. Продвижение и рост продукта	Компании на стадии роста: успешное масштабирование. Непрерывные продуктовые инновации. Принципы разработки стратегии продукта. Модели роста продукта. Стратегия роста на основе JTBD. От активации до роста. Образы мышления. Product-led growth. Growth hacking. Дизайн цифровых продуктов. Продвижение продуктов. Эффективные каналы рекламы в режимах офлайн и онлайн. Позиционирование, УТП, оффер. Маркетинговая воронка продаж. Юнит- экономика. Основные метрики. Когортный анализ. Маркетинговая воронка AARRR. Основные метрики. Условия применения. Модель AIDA.

Тема 5 Продуктовые команды	Кросс-функциональная продуктовая команда. Цели продуктовой команды. Состав команды. Полномочия и ответственность в команде. Размер команды, ее задачи и компетенции. Роль и круг обязанностей продакт-менеджера. Роль дизайнера продуктовой команды. Постановка задачи дизайнеру. Дизайн-мышление как основной фреймворк работы над продуктом. Разработчики продукта. Продуктовый маркетолог. Вспомогательные роли: исследователи пользователей, аналитики данных, тестировщики. Критерии эффективности продуктовых команд.
Тема 6 Продуктовый портфель и его диагностика	Принципы дифференцирования продуктов. Понятие и принципы сбалансированности продуктового портфеля. Виды продуктовых портфелей. Продуктовые стратегии. Короткие и длинные товарные линии. Стратегии развития товарных линий. Методы диагностирования продуктового портфеля. Многокритериальный ABC-анализ продуктового портфеля. Совмещенный ABC-XYZ анализ. Понятие товарного ассортимента: ключевые понятия, измерители. Измерение ширины, глубины и длина ассортимента. Определение гармоничности и уровня обновления ассортимента. Матрица МКК. Анализ ассортимента производственной программы с использованием матрицы Макрон. Матрица Дибба-Симкина. Матричные методы портфолио анализа. Матрица БКГ. Матрица МакКинзи. Матрица Хофера-Шенделя.

3.3. Организация самостоятельной работы обучающихся

Самостоятельная работа студента – обязательная часть образовательного процесса, направленная на развитие готовности к профессиональному и личностному самообразованию, на проектирование дальнейшего образовательного маршрута и профессиональной карьеры.

Самостоятельная работа обучающихся по дисциплине организована как совокупность аудиторных и внеаудиторных занятий и работ, обеспечивающих успешное освоение дисциплины.

Аудиторная самостоятельная работа обучающихся по дисциплине выполняется на учебных занятиях под руководством преподавателя и по его заданию. Аудиторная самостоятельная работа обучающихся входит в общий объем времени, отведенного учебным планом на аудиторную работу, и регламентируется расписанием учебных занятий.

Внеаудиторная самостоятельная работа обучающихся – планируемая учебная, научно-исследовательская, практическая работа обучающихся, выполняемая во внеаудиторное время по заданию и при методическом руководстве преподавателя, но без его непосредственного участия, расписанием учебных занятий не регламентируется.

Внеаудиторная самостоятельная работа обучающихся включает в себя:

- подготовку к лекциям, практическим занятиям, экзамену;
- изучение учебных пособий;
- изучение теоретического и практического материала по рекомендованным источникам;
- выполнение индивидуальных заданий,
- написание тематических выступлений на проблемные темы;
- подготовка к тестированию;
- подготовка к промежуточной аттестации в течение семестра;
- создание презентаций по изучаемым темам и др.

Самостоятельная работа обучающихся с участием преподавателя в форме иной контактной работы предусматривает групповую и (или) индивидуальную работу с обучающимися и включает в себя:

- круглый стол (дискуссия),
- проведение консультаций перед экзаменом;
- консультации по организации самостоятельного изучения отдельных разделов/тем, базовых понятий учебных дисциплин в целях устранения пробелов после поступления в магистратуру абитуриентов, окончивших бакалавриат/специалитет иных УГСН.

Перечень разделов/тем/, полностью или частично отнесенных на самостоятельное изучение с последующим контролем:

№ пп	Наименование раздела /темы дисциплины, выносимые на самостоятельное изучение	Задания для самостоятельной работы	Виды и формы контрольных мероприятий (учитываются при проведении текущего контроля)	Трудоемкость, час
Тема 1	Сбалансированность продуктового портфеля	Самостоятельно проработать вопрос, подготовить сообщение и презентацию на тему «Виды и методы формирования сбалансированного продуктового портфеля»	презентация	4

3.4. Применение электронного обучения, дистанционных образовательных технологий

При реализации программы учебной дисциплины возможно применение электронного обучения и дистанционных образовательных технологий.

Реализация программы учебной дисциплины с применением электронного обучения и дистанционных образовательных технологий регламентируется действующими локальными актами университета.

Применяется следующий вариант реализации программы с использованием ЭО и ДОТ.

В электронную образовательную среду, по необходимости, могут быть перенесены отдельные виды учебной деятельности:

Для очной формы обучения

использование ЭО и ДОТ	использование ЭО и ДОТ	объем, час	включение в учебный процесс
Установочная сессия			
смешанное обучение	лекции	6	в соответствии с расписанием учебных занятий
	практические занятия	8	
Зимняя сессия			
смешанное обучение	лекции	6	в соответствии с расписанием учебных занятий
	практические занятия	10	

4. РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ, КРИТЕРИИ ОЦЕНКИ УРОВНЯ СФОРМИРОВАННОСТИ КОМПЕТЕНЦИЙ, СИСТЕМА И ШКАЛА ОЦЕНИВАНИЯ

4.1. Соотнесение планируемых результатов обучения с уровнями сформированности компетенции(й).

Уровни сформированности компетенции(-й)	Итоговое количество баллов в 100-балльной системе по результатам текущей и промежуточной аттестации	Оценка в пятибалльной системе по результатам текущей и промежуточной аттестации	Показатели уровня сформированности		
			универсальной(-ых) компетенции(-й)	общепрофессиональной(-ых) компетенций	профессиональной(-ых) компетенции(-й)
				ОПК-3: ИД-ОПК-3.1; ОПК-4: ИД-ОПК-4.1;	ПК-1: ИД-ПК-1.1; ПК-4: ИД-ПК-4.2
высокий		«отлично»		<p>Обучающийся:</p> <ul style="list-style-type: none"> – показывает способности в понимании и практическом использовании современных техник и методик сбора данных с целью формирования ценностного предложения для потенциальных потребителей услуг; – грамотно применяет современные маркетинговые технологии в области формирования ассортиментной политики, методы поиска идей о новых видах услуг; 	<p>Обучающийся:</p> <ul style="list-style-type: none"> – исчерпывающе и логически стройно излагает учебный материал, умеет связывать теорию с практикой, справляется с решением задач профессиональной направленности высокого уровня сложности, правильно обосновывает принятые решения; – грамотно анализирует и применяет различные методики исследования продукта, рассчитывает метрики аудитории и вовлеченности, метрики удовлетворенности и монетизации, – логически стройно структурирует продуктовые команды, определяет роли и функции членов команды, критерии эффективности их деятельности; – аргументировано диагностирует товарный портфель организации, предлагает направления его реструктуризации и определяет методы их экономического обоснования;

					<ul style="list-style-type: none"> – свободно ориентируется в учебной и профессиональной литературе; – дает развернутые, исчерпывающие, профессионально грамотные ответы на вопросы, в том числе, дополнительные
повышенный		«хорошо»		<p>Обучающийся:</p> <ul style="list-style-type: none"> – грамотно, но с несколькими неточностями определяет факторы и проводит оценку уровня конкурентоспособности услуг; – способен к практическому использованию современных техник и методик сбора данных с целью формирования ценностного предложения для потенциальных потребителей услуг; – достаточно грамотно применяет современные маркетинговые технологии в области формирования ассортиментной политики, методы поиска идей о новых видах услуг, допуская некоторые неточности; 	<p>Обучающийся:</p> <ul style="list-style-type: none"> – достаточно подробно, грамотно и по существу излагает изученный материал, приводит и раскрывает в тезисной форме основные понятия; – достаточно хорошо ориентируется в области анализа и применения различных методик исследования продукта, с некоторыми неточностями рассчитывает метрики аудитории и вовлеченности, метрики удовлетворенности и монетизации; – структурирует продуктовые команды, определяет роли и функции членов команды, критерии эффективности их деятельности; – диагностирует товарный портфель организации, предлагает направления его реструктуризации и определяет методы их экономического обоснования; – хорошо ориентируется в учебной и профессиональной литературе; – дает развернутые, профессионально грамотные ответы на вопросы, в том числе, дополнительные
базовый		«удовлетворительно»		<p>Обучающийся:</p> <p>Обучающийся:</p> <ul style="list-style-type: none"> – с ошибками определяет факторы и проводит оценку 	<p>Обучающийся:</p> <ul style="list-style-type: none"> – демонстрирует теоретические знания основного учебного материала

				<p>уровня конкурентоспособности услуг;</p> <ul style="list-style-type: none"> – способен с помощью наводящих вопросов к практическому использованию современных техник и методик сбора данных с целью формирования ценностного предложения для потенциальных потребителей услуг; – применяет современные маркетинговые технологии в области формирования ассортиментной политики, методы поиска идей о новых видах услуг, допуская ошибки; 	<p>дисциплины в объеме, необходимом для дальнейшего освоения ОПОП;</p> <ul style="list-style-type: none"> – с затруднениями использует современные техники и методики сбора данных с целью формирования ценностного предложения для потенциальных потребителей услуг; – ориентируется на базовом уровне в области анализа и применения различных методик исследования продукта, с некоторыми неточностями рассчитывает метрики аудитории и вовлеченности, метрики удовлетворенности и монетизации; – структурирует продуктовые команды, определяет роли и функции членов команды, критерии эффективности их деятельности с помощью наводящих вопросов; – с неточностями анализирует продуктовый портфель организации; – затрудняется с экономическим обоснованием реструктуризации продуктового портфеля; – демонстрирует фрагментарные знания основной учебной литературы по дисциплине; – ответы отражают знания на базовом теоретическом и практическом уровне.
низкий		«неудовлетворительно»	<p>Обучающийся:</p> <ul style="list-style-type: none"> – демонстрирует фрагментарные знания теоретического и практического материал, – допускает грубые ошибки при изложении учебного материала в ходе промежуточной аттестации; 		

			<ul style="list-style-type: none"> – испытывает серьёзные затруднения в применении теоретических положений при решении практических задач профессиональной направленности стандартного уровня сложности, не владеет необходимыми для этого навыками и приёмами; – ответ отражает отсутствие знаний на базовом уровне теоретического и практического материала в объеме, необходимом для дальнейшей учебы.
--	--	--	---

5. ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ, ВКЛЮЧАЯ САМОСТОЯТЕЛЬНУЮ РАБОТУ ОБУЧАЮЩИХСЯ

При проведении контроля самостоятельной работы обучающихся, текущего контроля и промежуточной аттестации по учебной дисциплине «Маркетинговые технологии и продуктовый менеджмент» проверяется уровень сформированности у обучающихся компетенций и запланированных результатов обучения по дисциплине (модулю), указанных в разделе 2 настоящей программы.

5.1. Формы текущего контроля успеваемости, примеры типовых заданий:

№ пп	Формы текущего контроля	Примеры типовых заданий	Формируемая компетенция
1.	Дискуссия, практические задания, тестирование к теме 1 «Современный маркетинг и его технологии»	<p>Дискуссия на тему «Сущность и роль маркетинга»</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Цели, задачи и принципы маркетинга 2. Особенности маркетинга услуг 3. Принципы формирования ассортиментной политики оказания услуг <p>Дискуссия на тему «Современные технологии маркетинга»</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Социальный маркетинг 2. Мобильный маркетинг 3. Цифровой маркетинг <p>Дискуссия на тему «Два подхода к разработке нового продукта»</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Эволюция категорий и рынков услуг 2. Сравнительная характеристика классического и латерального маркетинга 	ОПК-3: ИД-ОПК-3.1; ОПК-4: ИД-ОПК-4.1;
		Задания: 1. По данным выбранного Вами предприятия проанализируйте ширину, глубину, насыщенность товарного портфеля, уровень его устойчивости и обновления.	

№ пп	Формы текущего контроля	Примеры типовых заданий	Формируемая компетенция
		<p>По выбранному виду услуг составьте формулу 7P</p> <p>Задание Рассчитайте абсолютный потенциал и фактическую емкость рынка.</p> <p>Задание Проведите сегментацию рынка услуги, обоснуйте выбор целевого сегмента и интерпретируйте его</p> <p>Задание Для конкретного вида услуги определите факторы и оцените уровень конкурентоспособности</p> <p>Тестирование (входной контроль знаний)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Технология маркетинга представляет собой <ol style="list-style-type: none"> а) совокупность стадий, операций, приемов и действий, необходимых для реализации маркетинговых решений б) комплекс маркетинга товара в) удовлетворение покупателей посредством обмена г) бор, обработку, анализ информации о рынке и покупателей 2. К институциональным потребителям относят: <ol style="list-style-type: none"> а) фирмы, покупающие товары и услуги с целью дальнейшей переработки; б) оптовых посредников; в) розничных посредников; г) все выше перечисленное. 3. К наиболее важным для институциональных покупателей факторам, влияющим на принятие решения о покупке относят: <ol style="list-style-type: none"> а) культурная среда; б) принадлежность к определенному социальному классу; в) привходящие обстоятельства; г) способ приобретения товара. 4. Информационно-коммуникационные маркетинговые технологии - это <ol style="list-style-type: none"> а) совокупность стадий, операций, приемов и действий, необходимых для реализации маркетинговых решений б) ряд техник по ведению бизнеса к улучшению и увеличению продаж через продвижение продукции на рынок с применением новейших информационных технологий 	

№ пп	Формы текущего контроля	Примеры типовых заданий	Формируемая компетенция
		в) сбор, обработка, анализ информации о рынке и покупателях г) стадия процесса маркетинга 5. CRM – это а) канал продвижения продукции и организации на рынке б) торговая марка успешно развивающейся компании в) логотип компании по производству безалкогольных напитков г) управление взаимоотношениями с клиентами, современное направление в сфере автоматизации корпоративного управления	
2.	Дискуссия, выступления с презентацией, практические задания к теме 2 «Управление продуктом. Разработка ценностного предложения»	Дискуссия на тему «Стратегия разработки нового продукта» 1. Методы поиска идей о новом продукте. 2. Этапы продуктового цикла. 3. Методы изучения потребностей и проблем потребителя Дискуссия на тему «Обновление ассортимента» 1. Признаки новизны услуги 2. Проблемы обновления ассортимента в аспекте реализации принципов устойчивого развития 3. Направления использования таксономического анализа в портфельном менеджменте Задание Составьте карту ценностного предложения для конкретного вида услуги Задание Составьте анкету для изучения профиля потребителя/услуги Задание Постройте карту пути пользователя (Customer Journey Map (CJM)) Задание Постройте карту пользовательского опыта Задание Составьте дорожную карту продукта	ОПК-3: ИД-ОПК-3.1; ОПК-4: ИД-ОПК-4.1;

3.	Практические задания, тестирование к теме 3 «Управление продуктом. Разработка и Запуск продукта»	<p>Задание</p> <p>Компания, занимается платным ремонтом разнообразных девайсов – телефонов, планшетов, ноутбуков. Охарактеризуйте свой гипотетический сервис интерпретируйте целевую аудиторию и предложите стратегию поведения с данной целевой группой</p> <p>Задание</p> <p>Опишите поведение потребителя с помощью моделей AARRR и AIDA. Сравните полученные результате. Выделите преимущества и недостатки каждой модели</p>	ОПК-3: ИД-ОПК-3.1; ОПК-4: ИД-ОПК-4.1;
4.	Практические задания к теме 4 «Управление продуктом. Продвижение и рост продукта»	<p>Дискуссия</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Стратегии роста рынка в терминах JTBD 2. Схемы оценки и приоритизации JTBD <p>Задание</p> <p>Решение задач на расчет основных метрик Юнит-экономики</p>	ПК-1: ИД-ПК-1.1; ПК-4: ИД-ПК-4.2
5.	Выступление с презентацией к теме 5 «Команда продукта»	<p>Выступление с презентацией на тему «Команда продукта и ее роль в увеличении объемов продаж»</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Продуктовый менеджер и продуктовый маркетолог: роль, функции и задачи. 2. Принципы структурирования команд и основные требования к членам команды 3. Дизайн-мышление как основной фреймворк работы над продуктом 	ПК-1: ИД-ПК-1.1;
6.	Дискуссия, практические задания к теме 6 «Сбалансированность продуктового портфеля»	<p>Дискуссия на тему «Сбалансированность продуктового портфеля»</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Проблемы сбалансированности портфеля в аспекте стратегических целей 2. Проблемы сбалансированности портфеля в аспекте экономического цикла жизни изделий 3. Сбалансированность портфеля в аспекте эффективности использования ресурсов организации <p>Задание: Проанализируйте ассортимент продукции организации, используя методы ABC и XYZ. Постройте совмещенную матрицу ABC- XYZ и интерпретируйте полученные результаты</p> <p>Задание: Проанализируйте товарный портфель организации с помощью матрицы БКГ.</p> <p>Задание</p>	ПК-1: ИД-ПК-1.1;

		Проведите реструктуризацию продуктового портфеля и рассчитайте экономическую эффективность предложенных мероприятий	
7.	Итоговое тестирование	<p>Примеры заданий</p> <p>1. Портфель с позиций маркетинга – это</p> <p>a) совокупность, как правило, независимых друг от друга стратегических бизнес-единиц одной компании, фирмы</p> <p>b) оптимальные пропорции между потребительскими товарами</p> <p>c) набор потребительских свойств товаров</p> <p>2. К портфельным методам анализа относят</p> <p>a) матрицу стратегических оснований</p> <p>b) матрицу Бостонской консалтинговой группы</p> <p>c) матрицу корпоративной социальной ответственности</p> <p>d) матрицу маркетинговой компетенции</p> <p>3. Товар с позиций маркетинга – это</p> <p>a) продукт, произведенный для продажи</p> <p>b) набор физических свойств</p> <p>c) любое рыночное предложение, удовлетворяющее потребность и имеющее материальную форму</p> <p>d) оптимальная пропорция между потребительскими свойствами</p> <p>4. Товарная политика – это</p> <p>a) искусство управления ассортиментом, совокупность принципов, приемов и методов формирования ассортимента, обеспечивающего конкурентные преимущества организации с учетом покупательских предпочтений</p> <p>b) работа с различными сегментами рынка и построение стратегических зон хозяйствования</p> <p>c) принципы формирования портфеля инвестиций в стратегические зоны хозяйствования</p> <p>5. Товарный портфель – это</p> <p>a) совокупность стратегических зон хозяйствования</p> <p>b) генерируемые маржа и денежный поток</p> <p>c) товары, обладающие крупными долями</p> <p>d) ассортимент продукции, выпускаемый в рамках отдельного производства - технологически обособленной СБЕ.</p> <p>б. Сбалансированный портфель – это такой товарный портфель, который</p>	<p>ОПК-3: ИД-ОПК-3.1;</p> <p>ОПК-4: ИД-ОПК-4.1;</p> <p>ПК-1: ИД-ПК-1.1;</p> <p>ПК-4: ИД-ПК-4.2</p>

		<p>a) обеспечивает состав и структуру товарного предложения, ориентированного не только на текущий, но и на будущий спрос</p> <p>b) обеспечивает достижение наиболее важных целей работы организации</p> <p>c) обеспечивает оптимальные пропорции между отдельными товарными группами, товарами, находящимися на разных этапах жизненного цикла</p> <p>d) все перечисленное верно</p> <p>e) все перечисленное неверно</p> <p>7. Какое из ниже приведенных утверждений является верным</p> <p>a) Принцип синергизм в товарной политике – интегральный эффект от различных направлений деятельности должен быть более высоким, чем простая сумма показателей их отдачи</p> <p>b) Принцип синергизм в товарной политике – интегральный эффект от различных направлений деятельности должен быть не меньше, чем простая сумма показателей их отдачи</p> <p>c) Принцип синергизм в товарной политике – интегральный эффект от различных направлений деятельности должен быть равен простой сумме показателей их отдачи</p> <p>8. Показатель устойчивости ассортимента характеризует</p> <p>a) показатель, характеризующий отсутствие значительных колебаний полноты и широты ассортимента в течение определенного промежутка времени</p> <p>b) долю новых товаров в общем объеме товаров</p> <p>c) количество ассортиментных позиций в номенклатуре изделий</p> <p>d) соответствие фактического наличия видов товаров разработанному ассортиментному перечню, существующему спросу</p> <p>9. Уровень обновления товарного портфеля определяется как</p> <p>a) отношение выручки от реализации новой продукции к прибыли</p> <p>b) отношение маржи к прибыли</p> <p>c) отношение объема производства новых товаров к общему объему производства товаров</p> <p>d) отношение товаров, пользующихся устойчивым спросом к общему объему производства товаров</p> <p>10. Показатель устойчивости ассортимента характеризует</p> <p>e) показатель, характеризующий отсутствие значительных колебаний полноты и широты ассортимента в течение определенного промежутка времени</p> <p>f) долю новых товаров в общем объеме товаров</p>	
--	--	--	--

	g) количество ассортиментных позиций в номенклатуре изделий h) соответствие фактического наличия видов товаров разработанному ассортиментному перечню, существующему спросу	
--	--	--

5.2. Критерии, шкалы оценивания текущего контроля успеваемости:

Наименование оценочного средства (контрольно-оценочного мероприятия)	Критерии оценивания	Шкалы оценивания	
		100-балльная система	Пятибалльная система
Практические задания	даны исчерпывающие и обоснованные ответы на все поставленные вопросы, показана совокупность осознанных знаний о предмете исследования; правильно решены практические задачи; ответы четкие и краткие, логически правильно построенные, продемонстрирована самостоятельность в анализе фактов, событий и явлений		5
	даны полные, достаточно обоснованные ответы на поставленные вопросы, показаны достаточные знания о предмете исследования; доказательно раскрыты основные положения дисциплины, правильно решены практические задания; при ответах не всегда выделялось главное, ответы в основном были краткими, но не всегда четкими.		4
	даны в основном правильные ответы на все поставленные вопросы, но без должной глубины и обоснования, однако, на уточняющие вопросы даны правильные ответы; при ответах не выделялось главное; ответы были многословными, нечеткими и без должной логической последовательности; на отдельные дополнительные вопросы не даны положительные ответы.		3
	обучающийся не выполнял задание или не дал ответы по базовым вопросам дисциплины		2
Дискуссия	Ведение дискуссии в рамках объявленной темы; видение сути проблемы. Точная, четкая формулировка аргументов и контраргументов, умение отделить факты от субъективных мнений, использование примеров, подтверждающих позицию участника дискуссии. Соответствие аргументов выдвинутому тезису. Толерантность, уважение других взглядов, отсутствие личных нападок, отказ от стереотипов, разжигающих рознь и неприязнь. Отсутствие речевых и		5

Наименование оценочного средства (контрольно-оценочного мероприятия)	Критерии оценивания	Шкалы оценивания	
		100-балльная система	Пятибалльная система
	грамматических ошибок, отсутствие сленга, разговорных и просторечных оборотов. Эмоциональность и выразительность речи.		
	Отклонение от темы по причине иной трактовки или отсутствия видения сути проблемы. Допущены логические ошибки в предъявлении некоторых аргументов или контраргументов или преобладают субъективные доводы над логической аргументацией, или не использованы примеры, подтверждающие позицию стороны. Толерантность, уважение других взглядов, отсутствие личных нападок, но перебивание оппонентов, неумение выслушать мнение оппонента до конца. Допущены разговорные или просторечные обороты при отсутствии речевых и грамматических ошибок или допущены речевые и грамматические ошибки при отсутствии разговорных и просторечных оборотов. Эмоциональность и выразительность речи.		4
	Намеренная подмена темы дискуссии по причине неспособности вести дискуссию в рамках предложенной проблемы, перескакивание с темы на тему. Ошибки в предъявлении аргументов и контраргументов связанные с нарушением законов логики, неумение отделить факты от субъективных мнений. Несоответствие большинства аргументов выдвинутому тезису, несоответствие большинства контраргументов высказанным аргументам. Проявление личностной предвзятости к некоторым оппонентам, неумение выслушать мнение оппонента до конца. Допущены разговорные или просторечные обороты, речевые и грамматические ошибки или отсутствует эмоциональность и выразительность речи		3
	Обучающийся не демонстрирует знание и понимание современных тенденций развития российского менеджмента. Не проявляет аргументированность, взвешенность и конструктивность суждений и предложений. Не демонстрирует умение отстаивать свое мнение. Не всегда в полной мере проявляет активность в обсуждении или не участвует в обсуждении.		2

Наименование оценочного средства (контрольно-оценочного мероприятия)	Критерии оценивания	Шкалы оценивания		
		100-балльная система	Пятибалльная система	
Выступление с презентацией	<p>Контрольно-оценочное мероприятие проводится в форме выступления с презентацией и оценивается по балльной шкале.</p> <p>Критерии оценивания:</p> <ul style="list-style-type: none"> – соответствие содержания заявленной теме и полнота ее раскрытия; – оригинальность и самостоятельность; – логическое и последовательное изложение мыслей; – количество слайдов соответствует содержанию и продолжительности выступления (для 7-минутного выступления рекомендуется использовать не более 10 слайдов); – используются средства наглядности информации (таблицы, схемы, графики и т. д.) – выступающий свободно владеет содержанием, ясно и грамотно излагает материал, корректно отвечает на вопросы и замечания аудитории. <p>По каждому критерию присваивается 1 балл.</p> <p>Количество набранных баллов приравнивается к пятибалльной системе следующим образом:</p> <p>6 баллов – отлично, 4-5 баллов – хорошо, 2-3 балла – удовлетворительно, 0-1 балл – неудовлетворительно</p>		6 баллов	5
			4-5 баллов	4
			2-3 балла	3
			0-1 балл	2
Тестирование	<p>Номинальная шкала предполагает, что за правильный ответ к каждому заданию выставляется один балл, за неправильный — ноль. В соответствии с номинальной шкалой, оценивается всё задание в целом, а не какая-либо из его частей.</p> <p>Процентное соотношение баллов и оценок по пятибалльной системе:</p> <p>2» - равно или менее 54% «3» - 55% - 69%</p>		5	85% - 100%
			4	70% - 84%
			3	55% - 69%

Наименование оценочного средства (контрольно-оценочного мероприятия)	Критерии оценивания	Шкалы оценивания	
		100-балльная система	Пятибалльная система
	«4» - 70% - 84% «5» - 85% - 100%.		2 54% и менее 54%

5.3. Промежуточная аттестация:

Форма промежуточной аттестации	Типовые контрольные задания и иные материалы для проведения промежуточной аттестации:	Формируемая компетенция
Экзамен	<p>Вопросы к билетам</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Сущность, цели, задачи и принципы маркетинга. 2. Особенности рынка услуг 3. Виды маркетинга услуг. 4. Продуктовая политика компании: ключевые понятия, цели, задачи, этапы разработки. 5. Характеристика и классификация услуг. Особенности маркетинга услуг. 6. Жизненный цикл услуги. Дифференция маркетинговой стратегий по этапам ЖЦ. 7. Управление портфелем услуг. Понятие и принципы сбалансированности продуктового портфеля. Виды продуктовых портфелей. 8. Классификация продуктовых стратегий. Факторы выбора продуктовой стратегии. 9. Маркетинговые виды исследования рынка услуг с целью формирования продуктовой политики. Маркетинговые исследования ассортимента услуг в цифровой среде. 10. Измерение потенциала рынка. 11. Виды трендов. Подходы к выявлению трендов. 12. Составление конъюнктурных обзоров рынка. 13. Понятие и методы оценки конкурентоспособности услуги. Управление конкурентоспособностью услуги. 14. Стратегия разработки нового продукта. Методы поиска идей о новом продукте. 	<p>ОПК-3: ИД-ОПК-3.1; ОПК-4: ИД-ОПК-4.1; ПК-1: ИД-ПК-1.1; ПК-4: ИД-ПК-4.2</p>

	<ol style="list-style-type: none"> 15. Этапы продуктового цикла. 16. Методы изучения потребностей и проблем потребителя. Создание требований к продукту. 17. Разработка ценностного предложения компании. Модели, пути и инструменты формирования ценностного предложения. 18. Карты эмпатии. Карта ценностного предложения. Глубинное интервью. 19. Карта пути пользователя (Customer Journey Map (CJM)): цели и задачи, виды, этапы разработки. 20. Видение продукта. Принципы создания эффективного видения продукта. 21. Метод управления по целям и ключевым результатам (OKR). 22. Разработка продукта. Задание разработчикам. 23. Запуск продукта. Тестирование продукта: этапы, метрики. 24. Ключевые идеи продукта. PMF и MVP. Подход Jobs To Be Done. 25. Бизнес-процесс Product Discovery. 26. Формализованный документ с требованиями для будущего продукта (Requirements Document (PRD) и его структура. 27. Дорожная карта продукта: цели, виды, примеры составления. 28. Методики исследования продукта. Метрика ICE. 29. Компании на стадии роста: успешное масштабирование. 30. Понятие инновации и инновационных рисков. Непрерывные продуктовые инновации. 31. Принципы стратегии разработки продукта. Позиционирование, УТП, оффер. 32. Модели роста продукта. Product-led growth. От активации до роста. Проверка гипотезы. Образы мышления. Growth hacking. 33. Дизайн цифровых продуктов. 34. Специфические метрики бизнес-модели продукта. 35. Когортный анализ. Воронка продаж. Маркетинговая воронка AARRR. Основные метрики. Условия применения. 36. Метрики аудитории и вовлеченности. Метрики удовлетворенности и монетизации. 37. Кросс-функциональная продуктовая команда. Цели продуктовой команды. Состав команды. 38. Полномочия и ответственность в продуктовой команде. Размер команды, ее задачи и компетенции. Роль и круг обязанностей продакт-менеджера. 39. Роль дизайнера продуктовой команды. Постановка задачи дизайнеру. Дизайн-мышление как основной фреймворк работы над продуктом. 40. Разработчики продукта. Продуктовый маркетолог. 41. вспомогательные роли: исследователи пользователей, аналитики данных, тестировщики 42. Принципы структурирования команд. Требования к членам команд. Размер команды. 	
--	---	--

	<p>43. Требования к менеджеру продукта и его необходимые личностные качества. Архетипы продакт-менеджера.</p> <p>44. Методы диагностирования продуктового портфеля.</p> <p>45. Понятие товарного ассортимента: ключевые понятия, измерители. Измерение ширины, глубины и длина ассортимента. Определение гармоничности и уровня обновления ассортимента.</p> <p>46. Короткие и длинные товарные линии. Стратегии развития товарных линий.</p> <p>47. Построение совмещенной матрицы ABC- XYZ анализа</p> <p>48. Матричные методы портфолио-анализа. Матрица БКГ.</p> <p>49. Матрица Дибба-Симкина. Матрица МКК.</p> <p>50. Матрица МакКинзи. Матрица Хофера-Шенделя.</p>	
--	--	--

5.4. Критерии, шкалы оценивания промежуточной аттестации учебной дисциплины:

Форма промежуточной аттестации	Критерии оценивания	Шкалы оценивания	
		100-балльная система	Пятибалльная система
Наименование оценочного средства			
Экзамен в устной форме по билетам	<p>Обучающийся:</p> <ul style="list-style-type: none"> – демонстрирует знания отличающиеся глубиной и содержательностью, дает полный исчерпывающий ответ, как на основные вопросы билета, так и на дополнительные; – свободно владеет научными понятиями, ведет диалог и вступает в научную дискуссию; – способен к интеграции знаний по определенной теме, структурированию ответа, к анализу положений существующих теорий, научных школ, направлений по вопросу билета; – логично и доказательно раскрывает проблему, предложенную в билете; – свободно выполняет практические задания повышенной сложности, предусмотренные программой, демонстрирует системную работу с основной и дополнительной литературой. <p>Ответ не содержит фактических ошибок и характеризуется глубиной, полнотой, уверенностью суждений, иллюстрируется примерами, в том числе из собственной практики.</p>		5

Форма промежуточной аттестации	Критерии оценивания	Шкалы оценивания	
Наименование оценочного средства		100-балльная система	Пятибалльная система
	<p>Обучающийся:</p> <ul style="list-style-type: none"> – показывает достаточное знание учебного материала, но допускает несущественные фактические ошибки, которые способен исправить самостоятельно, благодаря наводящему вопросу; – недостаточно раскрыта проблема по одному из вопросов билета; – недостаточно логично построено изложение вопроса; – успешно выполняет предусмотренные в программе практические задания средней сложности, активно работает с основной литературой, – демонстрирует, в целом, системный подход к решению практических задач, к самостоятельному пополнению и обновлению знаний в ходе дальнейшей учебной работы и профессиональной деятельности. <p>В ответе раскрыто, в основном, содержание билета, имеются неточности при ответе на дополнительные вопросы.</p>		4
	<p>Обучающийся:</p> <ul style="list-style-type: none"> – показывает знания фрагментарного характера, которые отличаются поверхностностью и малой содержательностью, допускает фактические грубые ошибки; – не может обосновать закономерности и принципы, объяснить факты, нарушена логика изложения, отсутствует осмысленность представляемого материала, представления о межпредметных связях слабые; – справляется с выполнением практических заданий, предусмотренных программой, знаком с основной литературой, рекомендованной программой, допускает погрешности и ошибки при теоретических ответах и в ходе практической работы. <p>Содержание билета раскрыто слабо, имеются неточности при ответе на основные и дополнительные вопросы билета, ответ носит репродуктивный характер. Неуверенно, с большими затруднениями</p>		3

Форма промежуточной аттестации	Критерии оценивания	Шкалы оценивания	
Наименование оценочного средства		100-балльная система	Пятибалльная система
	<p>решает практические задачи или не справляется с ними самостоятельно.</p>		
	<p>Обучающийся, обнаруживает существенные пробелы в знаниях основного учебного материала, допускает принципиальные ошибки в выполнении предусмотренных программой практических заданий. На большую часть дополнительных вопросов по содержанию экзамена затрудняется дать ответ или не дает верных ответов.</p>		2

5.5. Система оценивания результатов текущего контроля и промежуточной аттестации.

Оценка по дисциплине выставляется обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации.

Форма контроля	100-балльная система	Пятибалльная система
Текущий контроль:		
- выступление с презентацией		2 – 5
- дискуссия		2 – 5
- практическое задание		2 – 5
- тестирование		2 – 5
Промежуточная аттестация Экзамен		отлично хорошо
Итого за дисциплину		удовлетворительно неудовлетворительно

6. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

Реализация программы предусматривает использование в процессе обучения следующих образовательных технологий:

- проблемная лекция;
- проведение интерактивных лекций;
- групповых дискуссий;
- тренингов;
- поиск и обработка информации с использованием сети Интернет;
- применение электронного обучения;
- использование на лекционных занятиях наглядных пособий;
- самостоятельная работа в системе компьютерного тестирования.

7. ПРАКТИЧЕСКАЯ ПОДГОТОВКА

Практическая подготовка в рамках учебной дисциплины реализуется при проведении практических занятий, предусматривающих участие обучающихся в выполнении отдельных элементов работ, связанных с будущей профессиональной деятельностью.

К числу таких работ в данной дисциплине относятся примеры:

- расчета прогноза объема продаж,
- построения Бостонской матрицы,
- проведения ABC-XYZ анализа и т.д.

8. ОРГАНИЗАЦИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ДЛЯ ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ

При обучении лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов используются подходы, способствующие созданию безбарьерной образовательной среды: технологии дифференциации и индивидуального обучения, применение соответствующих методик по работе с инвалидами, использование средств дистанционного общения, проведение дополнительных индивидуальных консультаций по изучаемым теоретическим вопросам и практическим занятиям, оказание помощи при подготовке к промежуточной аттестации.

При необходимости рабочая программа дисциплины может быть адаптирована для обеспечения образовательного процесса лицам с ограниченными возможностями здоровья, в том числе для дистанционного обучения.

Учебные и контрольно-измерительные материалы представляются в формах, доступных для изучения студентами с особыми образовательными потребностями с учетом нозологических групп инвалидов:

Для подготовки к ответу на практическом занятии, студентам с ограниченными возможностями здоровья среднее время увеличивается по сравнению со средним временем подготовки обычного студента.

Для студентов с инвалидностью или с ограниченными возможностями здоровья форма проведения текущей и промежуточной аттестации устанавливается с учетом индивидуальных психофизических особенностей (устно, письменно на бумаге, письменно на компьютере, в форме тестирования и т.п.).

Промежуточная аттестация по дисциплине может проводиться в несколько этапов в форме рубежного контроля по завершению изучения отдельных тем дисциплины. При необходимости студенту предоставляется дополнительное время для подготовки ответа на зачете или экзамене.

Для осуществления процедур текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся создаются, при необходимости, фонды оценочных средств, адаптированные для лиц с ограниченными возможностями здоровья и позволяющие оценить достижение ими запланированных в основной образовательной программе результатов обучения и уровень сформированности всех компетенций, заявленных в образовательной программе.

9. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Материально-техническое обеспечение дисциплины при обучении с использованием традиционных технологий обучения.

Наименование учебных аудиторий, лабораторий, мастерских, библиотек, спортзалов, помещений для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования и т.п.	Оснащенность учебных аудиторий, лабораторий, мастерских, библиотек, спортивных залов, помещений для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования и т.п.
119071, г. Москва, Малая Калужская улица, дом 1, стр.2	
Аудитория №1332 для проведения занятий лекционного типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации.	– Комплект учебной мебели, меловая доска, технические средства обучения, служащие для представления учебной информации большой аудитории: экран, проектор, колонки. Наборы демонстрационного оборудования и учебно-наглядных пособий, обеспечивающих тематические иллюстрации, соответствующие рабочей программе дисциплины.
Аудитория №1330 для проведения занятий лекционного, семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации.	Комплект учебной мебели, технические средства обучения: наборы демонстрационного оборудования (переносной проектор, экран) и учебно-наглядных пособий, обеспечивающих тематические иллюстрации, соответствующие рабочей программе дисциплины (лекции в виде презентаций).
Аудитория №1343: - компьютерный класс для проведения занятий лекционного и семинарского типа, групповых и	Комплект учебной мебели, доска меловая, технические средства обучения, служащие для представления учебной информации: 19

Наименование учебных аудиторий, лабораторий, мастерских, библиотек, спортзалов, помещений для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования и т.п.	Оснащенность учебных аудиторий, лабораторий, мастерских, библиотек, спортивных залов, помещений для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования и т.п.
индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации; - помещение для самостоятельной работы, в том числе, научно- исследовательской, подготовки курсовых и выпускных квалификационных работ (в свободное от учебных занятия и профилактических работ время).	персональных компьютеров с подключением к сети «Интернет» и обеспечением доступа к электронным библиотекам и в электронную информационно-образовательную среду организации.
Помещения для самостоятельной работы обучающихся	Оснащенность помещений для самостоятельной работы обучающихся
читальный зал библиотеки:	– компьютерная техника; подключение к сети «Интернет»

Материально-техническое обеспечение учебной дисциплины при обучении с использованием электронного обучения и дистанционных образовательных технологий.

Необходимое оборудование	Параметры	Технические требования
Персональный компьютер/ноутбук/планшет, камера, микрофон, динамики, доступ в сеть Интернет	Веб-браузер	Версия программного обеспечения не ниже: Chrome 72, Opera 59, Firefox 66, Edge 79, Яндекс.Браузер 19.3
	Операционная система	Версия программного обеспечения не ниже: Windows 7, macOS 10.12 «Sierra», Linux
	Веб-камера	640x480, 15 кадров/с
	Микрофон	любой
	Динамики (колонки или наушники)	любые
	Сеть (интернет)	Постоянная скорость не менее 192 кБит/с

Технологическое обеспечение реализации программы осуществляется с использованием элементов электронной информационно-образовательной среды университета.

10. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

№ п/п	Автор(ы)	Наименование издания	Вид издания (учебник, УП, МП и др.)	Издательство	Год издания	Адрес сайта ЭБС или электронного ресурса (заполняется для изданий в электронном виде)	Количество экземпляров в библиотеке Университета
10.1 Основная литература, в том числе электронные издания							
1.	Алешникова В.И.	Основы управления продуктом	Учебное пособие	М.: НИЦ ИНФРА-М	2024	https://znanium.ru/catalog/document?id=446172	
2.	Скоробогатых И. И., Солнцев М.А., Мусатова Ж.Б., Невоструев П. Ю.	Маркетинговое управление разработкой продукта	Учебное пособие	Дашков и К	2022	https://znanium.ru/catalog/document?id=421532	
3.	Иващенко Н.С.	Товарная политика текстильного предприятия	Учебник	М.: НИЦ ИНФРА-М, МГУДТ	2019, 2015	https://znanium.com/catalog/document?id=355414	3 на кафедре
4.	Остервальдер Александр, Пинье Ив, Бернарда Грег, Смит Алан	Разработка ценностных предложений: как создавать товары и услуги, которые захотят купить потребители. Ваш первый шаг	Учебное пособие	Альпина Паблишер	2016	https://znanium.ru/catalog/document?id=250810	
10.2 Дополнительная литература, в том числе электронные издания							
1.	Швабер Кен	Скрам: Гибкое управление продуктом и бизнесом	Научно-популярная литература	Альпина Паблишер	2019	https://znanium.ru/catalog/document?id=368823	-
2.	Борискова Л.А., Глебова О. В., Гусева И.Б.	Управление разработкой и внедрением нового продукта	Учебное пособие	М.: НИЦ ИНФРА-М	2020	https://znanium.ru/catalog/document?id=398982	
3.	Казаков С.П.	Инновационная маркетинговая деятельность в сфере услуг	Учебное пособие	РИОР	2016	https://znanium.ru/catalog/document?id=231894	

4.	Скоробогатых И.И., Сидорчук Р.Р., Андреев С. Н. и др.,	Маркетинг: создание и донесение потребительской ценности	Учебник	НИЦ ИНФРА-М	2020	https://znanium.com/catalog/document?id=350431	
5.	Казакова Н.А.	Маркетинговый анализ	Учебное пособие	НИЦ ИНФРА-М	2020, 2014, 2012	https://znanium.com/catalog/document?id=356229	-
6.	Аньшин В. М., Ильина О. Н.	Исследование методологии оценки и анализ зрелости управления портфелями проектов в российских компаниях	Монография	М.: ИНФРА-М	2022, 2018, 2016	https://znanium.com/catalog/document?id=379625	
7.	Бондаренко О.Г., Гришина В. Т.	Управление коммерческим риском	Учебное пособие	Дашков и К	2019	https://znanium.com/catalog/document?id=353607	
10.3 Методические материалы (указания, рекомендации по освоению дисциплины (модуля) авторов РГУ им. А. Н. Косыгина)							
3.	Иващенко Н.С.	Современный маркетинг	Учебное пособие	М.: РИО, РГУ им. А.Н. Косыгина	2022		1
4.	Ордынец А.А.	Методические рекомендации по организацию самостоятельной работы обучающихся	Методические рекомендации	Утверждено на заседании кафедры коммерции и сервиса, протокол № 1 от 28.08.18			

11. ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ УЧЕБНОГО ПРОЦЕССА

11.1. Ресурсы электронной библиотеки, информационно-справочные системы и профессиональные базы данных:

10.	2022/2023	Договор № 52-22-ЕП-223-5 Р от 18.02.2022 г. Дополнительное соглашение №1 к Договору № 52-22-ЕП-223-5 Р от 18.02.2022 г.	О предоставлении права использования программного обеспечения. О предоставлении доступа к разделам базы данных	ООО «Издательство Лань»	https://e.lanbook.com/	Действует до 18.02.2023 г.
11.	2022	РФФИ Информационное письмо № 981 от 19.07.2022	О предоставлении доступа к электронным ресурсам Questel SAS	РФФИ	https://www.orbit.com/	Действует с 14.07.2022 г. по 31.12.2022 г.
12.	2022	РФФИ Информационное письмо № 1105 от 17.08.2022	О предоставлении доступа к базе данных Begell Engineering Research Collection издательства Begell House	РФФИ	https://www.dl.begellhouse.com/collections/6764f0021c05bd10.html	Действует до 31.12.2022 г.
13.	2022	РФФИ Информационное письмо № 1082 от 11.08.2022	О предоставлении доступа к содержанию базы данных Springer eBooks Collections издательства Springer Nature	РФФИ	Платформа Springer Link: https://rd.springer.com/	Действует до 31.12.2022 г.
14.	2022	РФФИ Информационное письмо № 1045 от 02.08.2022	О предоставлении доступа к содержанию базы данных Springer eBooks Collections издательства Springer Nature	РФФИ	Платформа Springer Link: https://rd.springer.com/	Действует до 31.12.2022 г.
15.	2022	РФФИ Информационное письмо № 1065 от 08.08.2022	О предоставлении доступа к электронным научным информационным ресурсам издательства Springer Nature	РФФИ	http://www.springernature.com/gp/librarians База данных Nature journals коллекции Academic journals, Scientific American, Palgrave Macmillan (выпуски 2022 г.): https://www.nature.com/ https://link.springer.com База данных Springer Journals: https://link.springer.com/ База данных Springer Materials: https://materials.springer.com/ База данных Springer Protocols and methods: https://experiments.springernature.com/sources/springer-protocols	Действует с 01.09.2022 г. по 31.10.2022 г.

16.	2022	РФФИ Информационное письмо № 957 от 08.07.2022	О предоставлении доступа к базе данных компании The Cambridge Crystallographic Data Center	РФФИ	https://www.ccdc.cam.ac.uk/	Действ ует с 01.07.2022 г. по 31.12.2
-----	------	--	--	------	---	---------------------------------------

11.2. Перечень программного обеспечения

Перечень используемого программного обеспечения с реквизитами подтверждающих документов составляется в соответствии с Приложением № 2 к ОПОП ВО.

№п/п	Программное обеспечение	Реквизиты подтверждающего документа/ Свободно распространяемое
1.	Windows 10 Pro, MS Office 2019	контракт № 85-ЭА-44-20 от 28.12.2020
2.	Microsoft Windows 11 Pro	контракт № 60-ЭА-44-21 от 10.12.2021
3.	Windows 10 Pro, MS Office 2019	контракт № 18-ЭА-44-19 от 20.05.2019
4.	PrototypingSketchUp: 3D modeling for everyone	контракт № 18-ЭА-44-19 от 20.05.2019
5.	V-Ray для 3Ds Max	контракт № 18-ЭА-44-19 от 20.05.2019
6.	Project Expert 7 Standart	контракт № 17-ЭА-44-19 от 14.05.2019
7.	Альт-Финансы	контракт № 17-ЭА-44-19 от 14.05.2019
8.	Альт-Инвест	контракт № 17-ЭА-44-19 от 14.05.2019
9.	Программа для подготовки тестов Indigo	контракт № 17-ЭА-44-19 от 14.05.2019
10.	Mathcad	контракт № 18-ЭА-44-19 от 20.05.2019
11.	Matlab+Simulink	контракт № 18-ЭА-44-19 от 20.05.2019
12.	Mathcad Education - University Edition Subscription	контракт № 60-ЭА-44-21 от 10.12.2021
13.	Office Pro Plus 2021 Russian OLV NL Acad AP LTSC	контракт № 60-ЭА-44-21 от 10.12.2021
14.	Microsoft Windows 11 Pro	контракт № 60-ЭА-44-21 от 10.12.2021

ЛИСТ УЧЕТА ОБНОВЛЕНИЙ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ/МОДУЛЯ

В рабочую программу учебной дисциплины/модуля внесены изменения/обновления и утверждены на заседании кафедры:

№ пп	год обновления РПД	характер изменений/обновлений с указанием раздела	номер протокола и дата заседания кафедры