Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Белгородский Валерий Савельевич
Должность: Ректор
Дата подписания: 11.06.2025 15:05:02
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 Экономики и менеджмента
Кафедра Сервисных технологий и бизнес-процессов

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Управление разработкой и выведением на рынок новых товаров

Уровень образования	бакалавриат	
Направление подготовки	29.03.02	Технологии и проектирование текстильных изделий
Направленность (профиль)	Инновационные текстильные технологии	
Срок освоения образовательной программы по очной форме обучения	4 года	
Формы обучения	очная	

Рабочая программа учебной дисциплины «Управление разработкой и выведением на рынок новых товаров» основной профессиональной образовательной программы высшего образования, рассмотрена и одобрена на заседании кафедры, протокол № 9 от 09.04.2025г.

Разработчик рабочей программы учебной дисциплины:

доцент Н.С. Иващенко

заведующий кафедрой: Б.А. Тхориков

1. ОБЩИЕ СВЕДЕНИЯ

Учебная дисциплина «Управление разработкой и выведением на рынок новых товаров» изучается в четвертом семестре.
Курсовая работа/Курсовой проект - не предусмотрено.

1.1. Форма промежуточной аттестации:

зачет

1.2. Место учебной дисциплины в структуре ОПОП

Учебная дисциплина «Управление разработкой и выведением на рынок новых товаров» относится к части программы, формируемой участниками образовательных отношений (майнор 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:

- Экономическая культура и финансовая грамотность,
- Основы проектной деятельности.

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

- Основы инновационной деятельности текстильного предприятия
- Проектно-ориентированное управление в индустрии моды,
- Стратегический маркетинг,
- 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 маркетингового управления разработкой новой продукции;
- приобретение практических навыков работы в сфере сроков выведения и методов разработки новой продукции;
- 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
ДПК-1 Способен принимать экономически обоснованные организационно-управленческие решения в профессиональной деятельности на основе маркетинговых исследований	ИД-ДПК-1.1 Осуществление маркетинговых исследований рынка (сбор и анализ информации о ценах на товары, работы, услуги), обобщение, статистическая обработка информации и составление прогноза	− Анализирует этапы экономического цикла жизни изделий; − Проводит необходимые маркетинговые исследования, обосновывая необходимость выведения на рынок и образ нового товара;
	ИД-ДПК-1.3 Определение этапов разработки и экономическое обоснование выведения новых товаров на рынок	− Дифференцирует стратегию предприятия в зависимости от этапа жизненного цикла товара; − Проводит необходимые экономические расчеты при выведении нового товара на рынок

3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Общая трудоёмкость учебной дисциплины по учебному плану составляет:

по очной форме обучения –	3	**з.е.**	96	**час.**

3.1. Структура учебной дисциплины для обучающихся по видам занятий (очная 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**	
4 семестр	Зачет	96	16	32	-	-	-	48		
Всего:		96	16	32	-	-	-	48		

3.1. Структура учебной дисциплины для обучающихся по разделам и темам дисциплины: (очная 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		
	Четвертый семестр						
ПК-4 ИД-ПК-4.1 ИД-ПК-4.2						**48**	
	Тема 1 Дефиниция проблемы. Сущность, цели и принципы маркетинга. Товар в системе маркетинга	**2**				**2**	Формы текущего контроля: 1. дискуссия 2. выступление с презентацией 3. практическое задание 4. тестирование
	ПЗ 1 Формула 4Р и ее модификации. Особенности маркетинга на современном этапе развития экономики		**4**			**2**	
	Тема 2 Товарная политика - ядро маркетинговой стратегии предприятия. Товарный портфель предприятия	**2**				**2**	
	ПЗ 2 Методы диагностирования товарного портфеля. Прогнозирование объема продаж. ABC-XYZ анализ.		**4**			**2**	
	Тема 3 Маркетинговые исследования в области разработки товарной политики предприятия	**2**				**2**	
	ПЗ 3 Матричные методы диагностирования товарного портфеля		**4**			**2**	
	Тема 4 Клиентоориентированность: сущность понятия, виды, методы измерения	**2**				**2**	
	ПЗ 4 УТП. Оценка конкурентоспособности товара		**4**			**2**	
	Тема 5	**2**				**2**	

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					Виды и формы контрольных мероприятий, обеспечивающие по совокупности текущий контроль успеваемости, включая контроль самостоятельной работы обучающегося; формы промежуточного контроля успеваемости
		Контактная работа				Самостоятельная работа, час	
		Лекции, час	Практические занятия, час	Лабораторные работы, час	Практическая подготовка, час		
	Подходы к разработке нового товара						
	ПЗ 5 Сегментирование рынка. Профиль потребителя. Методы поиска путей формирования нового товара		**4**			**4**	
	Тема 6 Управление продуктовым циклом.	**2**				**4**	
	ПЗ 6 Модели, пути и инструменты формирования ценностного предложения. Создание эффективного образа товара		**4**			**4**	
	Тема 7 Экономическое обоснование разработки и выведения нового товара на рынок	**2**				**4**	
	ПЗ 7 Эффективность инвестиционного проекта разработки и выведения нового товара на рынок		**4**			**6**	
	Тема 8 Модели роста товара. Коммуникационная стратегия	**2**				**4**	
	ПЗ 8 Метрики бизнес-модели товара.		**4**			**4**	
	Зачет	**-**	**-**	**-**	**-**	**-**	**зачет**
	ИТОГО	**16**	**32**	**-**	**-**	**48**	

3.2. Краткое содержание учебной дисциплины

№ пп	Наименование раздела и темы дисциплины	Содержание раздела (темы)
1.	Тема 1 Дефиниция проблемы. Сущность, цели и принципы маркетинга. Товар в системе маркетинга	Сущность и роль маркетинга на современном этапе развития экономики. Цели, принципы и функции маркетинга. Комплекс маркетинга товара и его модификации на современном этапе. Классификация видов товара. Модель товара по Ф. Котлеру.
2.	Тема 2 Маркетинговые исследования в области разработки товарной политики предприятия	Сущность, цели и виды маркетинговых исследований. Разработка программы проведения маркетингового исследования. Виды изучения спроса. Требования к анкетам и проведению интервью. Глубинное интервью. Исследование ассортимента. Определение длины товарных линий. Стратегии в области длины товарной линии. Прогнозирование объема продаж.
3.	Тема 3 Товарная политика - ядро маркетинговой стратегии предприятия. Товарный портфель предприятия	Сущность и принципы формирования товарной политики организации. Понятие товарного портфеля предприятия. Принципы сбалансированности, синергизма и стратегической гибкости. Виды товарного портфеля. Сбалансированный товарный портфель. Этапы жизненного цикла товара. Дифференциация стратегий маркетинга по этапам жизненного цикла товара. Методы диагностирования товарного портфеля. Портфолио анализ и его матрицы.
4.	Тема 4 Клиентоориентированность: сущность понятия, виды, методы измерения	Клиентоориентированность как политика, инструмент управления и стратегия развития компании. Виды клиентоориентированности. Стратегическая, тактическая и поведенческая клиентоориентированность. Методы измерения клиентоориентированности. Оценка конкурентоспособности товара как результата управления клиентоориентированностью
5.	Тема 5 Подходы к разработке нового товара	Эволюция развития товаров и рынков. Два подхода к разработке нового товара. Разработка нового товара на принципах STP. Сегментирование рынка. Профиль потребителя. Карта эмпатии. Принципы латерального маркетинга. Сравнительная характеристика классического и латерального маркетинга
6.	Тема 6 Управление продуктовым циклом.	Разработка продукта. Создание требований к продукту. Разработка ценностного предложения компании. Модели, пути и инструменты формирования ценностного предложения. Карта ценностного предложения. Карта пути пользователя (Customer Journey Map (CJM)): цели и задачи, виды, этапы разработки. Ключевые идеи продукта. Задание разработчикам. Запуск продукта. Тестирование продукта: этапы, метрики. PMF и MVP. Видение продукта. Принципы создания эффективного видения продукта.
7.	Тема 7 Экономическое обоснование разработки и выведения нового товара на рынок	Точка безубыточности товара или порог рентабельности. Запас финансовой прочности. Производственный и финансовые рычаги. Оценка эффективности инвестиционного проекта. Понятие и расчет чистого дисконтированного проекта. Рентабельность проекта. Срок окупаемости выведения нового товара на рынок.
8.	Тема 8 Модели роста продукта. Коммуникационная стратегия	Компании на стадии роста: успешное масштабирование. Понятие инновации и инновационных рисков. Непрерывные продуктовые инновации. Принципы стратегии разработки продукта. Офлайн и онлайн- каналы привлечения продуктов.

		Позиционирование, УТП, оффер. Модели роста продукта. Product-led growth. Growth hacking. Дизайн цифровых продуктов. Проектирование пользовательского опыта. Специфические метрики бизнес-модели продукта. Воронка продаж. Маркетинговая воронка. Основные метрики. Условия применения. Метрики аудитории и вовлеченности. Метрики удовлетворенности и монетизации. Продвижение продукции. Марочная политика как инструмент продвижения продукции. Бренд и его атрибуты. Сила и потенциал роста бренда.

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	Подходы к разработке нового продукта	Самостоятельно проработать вопрос, подготовить сообщение и презентацию на тему «Методы нестандартного мышдения»	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
смешанное обучение	лекции	16	в соответствии с расписанием учебных занятий
	практические занятия	32	

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)**
					ПК-3 **ИД-ПК-3.1**
высокий		«отлично»			Обучающийся: – 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 и исчерпывающе анализирует основные тенденции в области проведения маркетинговых исследований и формирования на их основе маркетинговой стратегии развития организации в области товарной политики; – определяет и грамотно осуществляет поиск идей о новых товарах; – показывает способности в определении эффективности инвестиционных проектов выведения нового товара на рынок; – аргументировано диагностирует товарный портфель организации, предлагает направления его реструктуризации и определяет методы их экономического обоснования;

					– свободно ориентируется в учебной и профессиональной литературе; – дает развернутые, исчерпывающие, профессионально грамотные ответы на вопросы, в том числе, дополнительные
повышенный		«хорошо»			Обучающийся: – достаточно подробно, грамотно и по существу излагает изученный материал, приводит и раскрывает в тезисной форме основные понятия; – достаточно хорошо ориентируется в области проведения маркетинговых исследований и формирования на их основе маркетинговой стратегии развития организации в области товарной политики; – достаточно грамотно обосновывает поиск идей о новых товарах, проводит экономические расчеты эффективности выведения нового товара на рынок; – диагностирует товарный портфель организации, предлагает направления его реструктуризации и определяет методы их экономического обоснования; – ориентируется в различных видах товарных стратегий, различает виды маркетинговых исследований, необходимых для диагностирования товарного портфеля организации; –хорошо ориентируется в учебной и профессиональной литературе; – дает развернутые, профессионально грамотные ответы на вопросы, в том числе, дополнительные

базовый		«удовлетворительно»			Обучающийся: – демонстрирует теоретические знания основного учебного материала дисциплины в объеме, необходимом для дальнейшего освоения ОПОП; – с затруднениями использует современные техники и методики сбора данных с целью формирования ценностного предложения для потенциальных потребителей товаров; – демонстрирует фрагментарные знания основной учебной литературы по дисциплине; – с неточностями анализирует товарный портфель организации; – затрудняется с экономическим обоснованием реструктуризации товарного портфеля; – ответы отражают знания на базовом уровне теоретического и практического.
низкий		«неудовлетворительно»	Обучающийся: – демонстрирует фрагментарные знания теоретического и практического материал, – допускает грубые ошибки при изложении учебного материала в ходе промежуточной аттестации; – 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 «Управление разработкой и выведением на рынок новых товаров» 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, письменный опрос, тестирование к теме 1 «Дефиниция проблемы. Сущность, цели и принципы маркетинга. Товар в системе маркетинга»	Темы дискуссий «Ключевые аспекты маркетинга» 1. Соотносительность понятий «нужда», «потребность», «спрос» 2. Задачи сегментации потребительского рынка 3. Принципы маркетинга	ДПК-1: ИД-ДПК-1
		Вопросы к письменному опросу 1. Определите понятие «Маркетинг» 2. Какова роль маркетинга в бизнесе? 3. Каковы ключевые задачи маркетинга? 4. За что отвечает маркетинг? 5. Какова роль маркетинга в обеспечении устойчивого развития? 6. В чем отличие стратегического и тактического (операционного) маркетинга? 7. В чем смысл интеграции функций маркетинга во все подразделения? 8. Какова роль маркетинга в создании новых продуктов?	
		Задание 1: охарактеризуйте сбытовой и маркетинговые подходы к управлению, ответив письменно в соответствующих графах на вопросы таблицы	
		Задание 2: составьте формулу 4Р для товара по собственному выбору	
		Тестирование к входному контролю знаний (примеры заданий) Вариант №1 1.Идея концепции совершенствования производства заключается в том, что 1) Потребитель купит тот товар, у которого выше качество	

№ пп	Формы текущего контроля	Примеры типовых заданий	Формируемая компетенция
		2) Потребитель купит тот товар, который широко распространен на рынке и доступен по цене 3) Товар нуждается в активном продвижении на рынке 4) Залогом достижения целей организации являются определение нужд и потребностей целевых рынков и обеспечения желаемой удовлетворенности более эффективным и более продуктивным, чем у конкурентов, способом 2.Маркетинг взаимодействия предполагает… 1) Повышение значения информации 2) Индивидуализацию отношений с потребителями 3) Повторное завоевание внимания клиентов 4) Активизацию производства 3.Стратегия концентрированного маркетинга эффективна, если предприятие 1) Крупное и располагает финансовыми ресурсами 2) Стремится максимизировать сбыт 3) Производит дифференцированный товар для различных потребителей 4) Небольшое и ресурсы его ограничены	
2.	Выступления с презентацией, практические задания к теме 2 «Маркетинговые исследования в области разработки товарной политики предприятия»	Темы выступлений: Методы проведения маркетинговых исследований в области товарной политики организации офлайн Методы проведения маркетинговых исследований в области товарной политики организации онлайн Виды спроса и комплексы маркетинговых мер на разных стадиях жизненного цикла компании Виды сегментации Тактика позиционирования товара	ДПК-1: ИД-ДПК-1
		Задание 1: Рассчитайте абсолютный потенциал и фактическую емкость рынка товара. Задание 2: Спрогнозируйте объем продаж по данным, предоставленным преподавателем, определите характер тренда	

3.	Дискуссии, практические задания, тестирование к теме 3 «Товарная политика - ядро маркетинговой стратегии предприятия. Товарный портфель предприятия»	Дискуссии: Тема «Ключевые характеристики товарного портфеля и понятие его сбалансированности» 1. Соотносительность понятий «номенклатура» и «ассортимент». 2. Сравнение понятий «товарная линия» и «товарная группа». 3. Понятие сбалансированного товарного портфеля Тема «Обновление ассортимента продукции» 4. Понятие инновации и инновационных рисков 5. Определение степени новизны товара 6. Организация разработки новых товаров на текстильных предприятиях	ДПК-1: ИД-ДПК-1
		Практическое задание: Задание 1: По данным выбранного Вами предприятия проанализируйте ширину, глубину, насыщенность товарного портфеля, уровень его устойчивости и обновления. Задание 2: Проведите ABC-XYZ анализ с помощью программы Excel Задание 3: Проанализируйте товарный портфель организации с помощью матрицы БКГ	
4.	Дискуссии, практические задания к теме 4 «Клиентоориентированность: сущность понятия, виды, методы измерения»	Тема дискуссии «Виды и методы измерения клиентоориентированности» 1. Понятия клиентоориентированности и клиентоцентричности 2. Стратегическая, тактическая и операционная клиентоориентированность. 3. Подходы к измерению клиентоориентированности.	ДПК-1: ИД-ДПК-1
		Задание 1: Определите номенклатуру показателей оценки качества для предложенного преподавателем вида продукции экспертным методом. Задание 2: Оцените конкурентоспособность товара, предложенного преподавателем	
5.	Дискуссия, практические задания к теме 5 «Подходы к разработке нового товара»	Выступление с презентацией: 1. Методы поиска идей о новом товаре 2. Методы нестандартного мышления 3. Создание новых товарных категорий 4. Маркетинговые ошибки при выведении нового товара на рынок	ДПК-1: ИД-ДПК-1
		Задание:	

		Проведите сегментацию потребителей, обоснуйте выбор целевого сегмента и интерпретируйте его Задание: Проведите сегментацию товара, обоснуйте выбор образа товара, который будет востребован на выбранном целевом сегменте	
6.	Дискуссия, практические задания к теме 6 «Управление продуктовым циклом»	Задание Составьте карту ценностного предложения для конкретного вида товара Задание Постройте карту пути пользователя (Customer Journey Map (CJM)) Задание Постройте карту пользовательского опыта Задание Составьте дорожную карту продукта	ДПК-1: ИД-ДПК-1
7.	Практические задания к теме 7 «Экономическое обоснование выведения нового товара на рынок»	Задание 1. Решение задач на определение точки безубыточности товара Задание 2. Решение задач на определение производственного и финансового рычагов Задание 3. Решение задач на определение эффективности инвестиционного проекта разработки и выведения нового товара на рынок Решение задач на расчет основных метрик Юнит-экономики	ДПК-1: ИД-ДПК-1; ИД-ДПК-3
8.	Дискуссии и практические задания к теме 8 «Модели роста продукта. Коммуникационная стратегия»	Темы дискуссий 1. Способы организации коммуникационной кампании во времени: новые марки/ стабильные марки (сравнительный анализ) 2. Комплексные программы работы с клиентами. Клубы лояльности. Маркетинг баз данных. CRM 3. Эффективность рекламной кампании Задание: Проанализируйте предложенные преподавателем пресс-листы по продвижению новой продукции. Отметьте достоинства и недостатки и предложите свой вариант	ДПК-1: ИД-ДПК-1; ИД-ДПК-3

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 личностных нападок, отказ от стереотипов, разжигающих рознь и неприязнь. Отсутствие речевых и грамматических ошибок, отсутствие сленга, разговорных и просторечных оборотов. Эмоциональность и выразительность речи.		5
	Отклонение от темы по причине иной трактовки или отсутствия видения сути проблемы. Допущены логические ошибки в предъявлении некоторых аргументов		4

Наименование оценочного средства (контрольно-оценочного мероприятия)	Критерии оценивания	Шкалы оценивания		
		100-балльная система	Пятибалльная система	
	или контраргументов или преобладают субъективные доводы над логической аргументацией, или не использованы примеры, подтверждающие позицию стороны. Толерантность, уважение других взглядов, отсутствие личностных 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.			
	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	
Выступление с презентацией	Контрольно-оценочное мероприятие проводится в форме выступления с презентацией и оценивается по балльной шкале. Критерии оценивания: − соответствие содержания заявленной теме и полнота ее раскрытия;		6 баллов	5

Наименование оценочного средства (контрольно-оценочного мероприятия)	Критерии оценивания	Шкалы оценивания		
		100-балльная система	Пятибалльная система	
	− 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. По каждому критерию присваивается 1 балл. Количество набранных баллов приравнивается к пятибалльной системе следующим образом: 6 баллов – отлично, 4-5 баллов – хорошо, 2-3 балла – удовлетворительно, 0-1 балл – неудовлетворительно		4-5 баллов	4
			2-3 балла	3
			0-1 балл	2
Тестирование	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. Процентное соотношение баллов и оценок по пятибалльной системе: 2» - равно или менее 54% «3» - 55% - 69% «4» - 70% - 84% «5» - 85% - 100%.		5	85% - 100%
			4	70% - 84%
			3	55% - 69%
			2	54% и менее 54%

5.3. Промежуточная аттестация:

Форма промежуточной аттестации	Типовые контрольные задания и иные материалы для проведения промежуточной аттестации:	Формируемая компетенция
зачет	Итоговое тестирование Примеры заданий Задачей товарной политики является: 1. поиск потребителей, желающих приобрести товар 2. правильного ответа нет 3. управление жизненным циклом товаров и их конкурентоспособностью 4. все ответы верны 5. производить как можно больше товаров Определение товара согласно рыночной ориентации 1. включает пользу, получаемую при использовании товара 2. отражает назначение товара 3. отражает все четыре категории структуры маркетинга 4. отражает физические свойства и качества 5. разделяет продукцию на товары и услуги На стадии рыночной зрелости жизненного цикла товара 1. спрос на товар превосходит предложение 2. доходы и цены начинают снижаться 3. конкуренция начинает насыщать рынок 4. большой необходимости в стимулировании сбыта нет 5. эксплуатация рыночной доли Понятие “уровни товара” отражает: 1. наличие нескольких упаковок для товара 2. позиции, с которых рассматриваются характеристики товара 3. сорт товара, его качество 4. правильного ответа нет 5. все ответы верны Наращивание ассортимента означает:	**ДПК-1:** **ИД-ДПК-1;** **ИД-ДПК-3**

	1. расширение общего числа товаров 2. верны ответы и 3. изменение характеристик товара в сторону снижения их параметров 4. изменение характеристик товара в сторону улучшения их параметров 5. все ответы верны Портфель с позиций маркетинга – это 1. совокупность, как правило, независимых друг от друга стратегических бизнес-единиц одной компании, фирмы 2. оптимальные пропорции между потребительскими товарами 3. набор потребительских свойств товаров Создание новых товаров целесообразно осуществлять следующим образом: 1. собственными усилиями 2. правильного ответа нет 3. все ответы верны 4. приобретать патенты 5. все зависит от целей и ресурсов фирмы К портфельным методам анализа относят 1. матрицу стратегических оснований 2. матрицу Бостонской консалтинговой группы 3. матрицу корпоративной социальной ответственности 4. матрицу маркетинговой компетенции Товар с позиций маркетинга – это 1. продукт, произведенный для продажи 2. набор физических свойств 3. любое рыночное предложение, удовлетворяющее потребность и имеющее материальную форму 4. оптимальная пропорция между потребительскими свойствами Товарная политика – это 1. искусство управления ассортиментом, совокупность принципов, приемов и методов формирования ассортимента, обеспечивающего конкурентные преимущества организации с учетом покупательских предпочтений 2. работа с различными сегментами рынка и построение стратегических зон хозяйствования 3. принципы формирования портфеля инвестиций в стратегические зоны хозяйствования Товарный портфель – это 1. совокупность стратегических зон хозяйствования 2. генерируемые маржа и денежный поток	

	3. товары, обладающие крупными долями 4. ассортимент продукции, выпускаемый в рамках отдельного производства - технологически обособленной СБЕ. Сбалансированный портфель – это такой товарный портфель, который 1. обеспечивает состав и структуру товарного предложения, ориентированного не только на текущий, но и на будущий спрос 2. обеспечивает достижение наиболее важных целей работы организации 3. обеспечивает оптимальные пропорции между отдельными товарными группами, товарами, находящимися на разных этапах жизненного цикла 4. все перечисленное верно 5. все перечисленное неверно Какое из ниже приведенных утверждений является верным 1. Принцип синергизм в товарной политике – интегральный эффект от различных направлений деятельности должен быть более высоким, чем простая сумма показателей их отдачи 2. Принцип синергизм в товарной политике – интегральный эффект от различных направлений деятельности должен быть не меньше, чем простая сумма показателей их отдачи 3. Принцип синергизм в товарной политике – интегральный эффект от различных направлений деятельности должен быть равен простой сумме показателей их отдачи Показатель устойчивости ассортимента характеризует 1. показатель, характеризующий отсутствие значительных колебаний полноты и широты ассортимента в течение определенного промежутка времени 2. долю новых товаров в общем объеме товаров 3. количество ассортиментных позиций в номенклатуре изделий 4. соответствие фактического наличия видов товаров разработанному ассортиментному перечню, существующему спросу Уровень обновления товарного портфеля определяется как 1. отношение выручки от реализации новой продукции к прибыли 2. отношение маржи к прибыли 3. отношение объема производства новых товаров к общему объему производства товаров 4. отношение товаров, пользующихся устойчивым спросом к общему объему производства товаров Показатель устойчивости ассортимента характеризует 1. показатель, характеризующий отсутствие значительных колебаний полноты и широты ассортимента в течение определенного промежутка времени 2. долю новых товаров в общем объеме товаров	

	3. количество ассортиментных позиций в номенклатуре изделий соответствие фактического наличия видов товаров разработанному ассортиментному перечню, существующему спросу	

5.4. Критерии, шкалы оценивания промежуточной аттестации учебной дисциплины:

Форма промежуточной аттестации **Наименование оценочного средства**	**Критерии оценивания**	**Шкалы оценивания**	
		100-балльная система	**Пятибалльная система**
Зачет	Обучающийся выполнил задания, активно участвовал в дискуссиях, содержательно излагая материал. При выполнении всех элементов курса обучающийся свободно владел научными понятиями, вел диалог и вступал в дискуссии; проявил способность к интеграции знаний по определенной теме, структурированию своих выступлений, к анализу основных положений учебной дисциплины; раскрывал обсуждаемые проблемы; демонстрировал системную работу с основной и дополнительной литературой. Работа в ходе изучения дисциплины характеризовалась достаточной глубиной, полнотой, уверенностью суждений и иллюстрировалась примерами, в том числе из собственной практики. Компетенции, закреплённые за дисциплиной, сформированы на достаточном для дальнейшего обучения уровне.		зачет
	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 вопросов зачета затрудняется дать ответ или не дает верных ответов.		незачет

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 зачет		
Итого за дисциплину		Зачет/незачет

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 занятии 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/	Действует 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