МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Донской казачий государственный институт пищевых технологий и бизнеса (филиал) федерального государственного бюджетного образовательного учреждения «Московский государственный университет технологий и управления имени К.Г. Разумовского (Первый казачий университет)»

УТВЕРЖДАЮ
И.о. директора ДКГИПТиБ (филиала)
_____ Г.В. Павлятенко
«23» апреля 2024 г.

Рабочая программа дисциплины (модуля)

Б1.В.01.09 МОДУЛЬ ПРОФИЛЬНОЙ НАПРАВЛЕННОСТИ Управление разработкой и внедрением нового продукта

Кафедра:	Бизнес и проектные технологии
Направление подготовки:	38.03.02 Менеджмент
Направленность (профиль):	Процессное управление организацией
Квалификация выпускника:	Бакалавр
Форма обучения:	очно-заочная
Год набора:	2024
Общая трудоемкость:	180 часов/5 з.е.

ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ
Сертификат: 00AA7853CEFA35F0837BA866654F3503A6
Владелец: Павлятенко Геннадий Владимирович
Действителен: с 08.12.2025 до 03.03.2027

Ростов-на-Дону, 2024 г.

Программу составил(и):
ст.преподаватель Тищенко А.В.

Рабочая программа дисциплины (модуля)
"Управление разработкой и внедрением нового продукта"
разработана составлена на основании учебного плана, утвержденного ученым советом 28 марта 2024 г. протокол № 9 в соответствии
с ФГОС ВО Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования - бакалавриат по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент (приказ Минобрнауки России от 12.08.2020 г. № 970)
07.007. Профессиональный стандарт "СПЕЦИАЛИСТ ПО ПРОЦЕССНОМУ УПРАВЛЕНИЮ", утверждённый приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 17 апреля 2018 г. N 248н (зарегистрирован Министерством юстиции Российской Федерации 8 мая 2018 г., регистрационный N 51030)

Руководитель ОПОП
канд. экон. наук, доц. Погорелова Т.Г._____

Рабочая программа обсуждена на заседании обеспечивающей кафедры
Бизнес и проектные технологии
Протокол от 01.04.2024 г. № 9
Зав. кафедрой Погорелова Татьяна Геннадьевна_____

СОДЕРЖАНИЕ

1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ И ОБЪЕМ С РАСПРЕДЕЛЕНИЕМ ПО СЕМЕСТРАМ

3. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ), СООТНЕСЕННЫЕ С РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

5. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОРГАНИЗАЦИИ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ СТУДЕНТОВ

6. ОЦЕНОЧНЫЕ И МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ

7. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

8. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

9. ОРГАНИЗАЦИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ДЛЯ ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ

1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

1.1. Цели:

Целью дисциплины является формирование и управление маркетинговой информацией и использование ее для принятия решений в деятельности предприятия по управлению разработкой и внедрением нового продукта.

1.2. Задачи:

- изучение современных концепций разработки и внедрения нового продукта;
- рассмотрение этапов разработки и внедрения нового продукта на предприятии и на рынке;
- ознакомление с инструментами и методами разработки и внедрения нового продукта;
- получение теоретических и практических навыков разработки и внедрения нового продукта;
- приобретение теоретических знаний в области управление разработкой и внедрением нового продукта, как искусства управления процессом создания, распределения и потребления товаров или услуг.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ И ОБЪЕМ С РАСПРЕДЕЛЕНИЕМ ПО СЕМЕСТРАМ

Цикл (раздел) ОП: Б1.В

Связь с предшествующими дисциплинами (модулями), практиками

№ п/п	Наименование	Семестр	Шифр компетенции
1	Документирование кросс-функционального процесса организации	3	ПКС-1.1, ПКС-1.2, ПКС-1.3
2	Организация, нормирование и оплата труда на предприятии	6	ПКС-1.1, ПКС-1.2, ПКС-1.3

Связь с последующими дисциплинами (модулями), практиками

№ п/п	Наименование	Семестр	Шифр компетенции
1	Преддипломная практика	9	ПКС-1.1, ПКС-1.2, ПКС-1.3, ПКС-2.1, ПКС-2.2, ПКС-2.3, ПКС-3.1, ПКС-3.2, ПКС -3.3, ПКС-4.1, ПКС-4.2, ПКС-4.3

Распределение часов дисциплины

Семестр (<Курс>.<Семестр на курсе>)	7 (4.1)		Итого	
Недель	17 2/6			
Вид занятий	УП	РП	УП	РП
Лекции	12	12	12	12
Лабораторные	12	12	12	12
Практические	12	12	12	12
В том числе электрон.	36	36	36	36
В том числе в форме практ.подготовки	2	2	2	2
Итого ауд.	36	36	36	36
Контактная работа	36	36	36	36
Сам. работа	144	144	144	144
Итого	180	180	180	180

Вид промежуточной аттестации:

ЗаО 7 семестр

3. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ), СООТНЕСЕННЫЕ С РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Процесс изучения дисциплины (модуля) направлен на формирование следующих компетенций и индикаторов их

ПКС-1:Способен документировать и систематизировать собранную информацию о кросс-функциональном процессе организации в соответствии с требованиями нормативно-методической документации

ПКС-1.1: Знает принципы и правила работы с документами и с нормативно-методической документацией

ПКС-1.2: Умеет агрегировать, структурировать и обобщать информацию с учетом локальных нормативных актов в области управления кросс-функциональными процессами и контролировать соответствие разработанных документов нормативно-методической документации

ПКС-1.3: Владеет навыками документирования и обработки информации о кросс-функциональном процессе организации в соответствии с нормативно-методической документацией

4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Код занятия	Наименования разделов, тем, их краткое содержание и результаты освоения /вид занятия/	Семестр	Часов	Интеракт.	Прак. подг.	Индикаторы достижения компетенции	Оценочные средства
	Раздел 1.1. Теоретические основы управления разработкой и внедрения нового продукта						
1.1	**Тема 1.1. Основы управления разработкой и внедрения нового продукта. Цель освоения темы является понятие нового продукта и его разработка. Объективная необходимость разработки и реализации новых продуктов. Соотношение категорий "новый продукт", "нововведение", "инновация". Уровни новизны продукта. Факторы, обусловливающие разработку и выведение на рынок нового продукта. Классификация новых товаров. Причины ускорения темпа и сокращения длительности цикла разработки новых товаров. Участники и источники инновационного создания продукта. Методы определения новых продуктов и степени их новизны. Виды инновационного маркетинга (стратегический и оперативный) и их значение для развития экономики России. Роль маркетинговых служб в формировании предложения и спроса на новые продукты. Источники информации для маркетинговых исследований рынка нового продукта. Этапы проведения маркетинговых исследований рынка нового продукта. Процесс разработки маркетинговой программы по созданию и продвижению продукта-новинки. Определение емкости рынка нового продукта. Бизнес-анализ разработки нового продукта. Знать факторы, обусловливающие разработку и выведение на рынок нового продукта /Лек/**	7	4	0	0	ПКС-1.1	устный опрос
1.2	**Тема 1.1. Основы управления разработкой и внедрения нового продукта. Цель освоения темы является понятие нового продукта и его разработка. Объективная необходимость разработки и реализации новых**	7	4	0	0	ПКС-1.2,ПКС-1.3	реферат

	продуктов.Соотношение категорий "новый продукт", "нововведение", "инновация". Уровни новизны продукта. Факторы, обусловливающие разработку и выведение на рынок нового продукта. Классификация новых товаров. Причины ускорения темпа и сокращения длительности цикла разработки новых товаров. Участники и источники инновационного создания продукта.Методы определения новых продуктов и степени их новизны. Виды инновационного маркетинга (стратегический и оперативный) и их значение для развития экономики России. Роль маркетинговых служб в формировании предложения и спроса на новые продукты.Источники информации для маркетинговых исследований рынка нового продукта. Этапы проведения маркетинговых исследований рынка нового продукта. Процесс разработки маркетинговой программы по созданию и продвижению продукта-новинки.новинки. Определение емкости рынка нового продукта. Бизнес-анализ разработки нового продукта. Уметь выявлять необходимость разработки и реализации новых продуктов. Владеть навыками проведения маркетинговых исследований рынка нового продукта /Пр/						
1.3	**Тема 1.1. Основы управления разработкой и внедрения нового продукта. Цель освоения темы является понятие нового продукта и его разработка. Объективная необходимость разработки и реализации новых продуктов. Соотношение категорий "новый продукт", "нововведение", "инновация". Уровни новизны продукта. Факторы, обусловливающие разработку и выведение на рынок нового продукта. Классификация новых товаров. Причины ускорения темпа и сокращения длительности цикла разработки новых товаров. Участники и источники инновационного создания продукта. Методы определения новых продуктов и степени их новизны. Виды инновационного маркетинга (стратегический и оперативный) и их значение для развития**	7	4	0	0	ПКС-1.2,ПКС-1.3	лабораторная работа

	экономики России. Роль маркетинговых служб в формировании предложения и спроса на новые продукты. Источники информации для маркетинговых исследований рынка нового продукта. Этапы проведения маркетинговых исследований рынка нового продукта. Процесс разработки маркетинговой программы по созданию и продвижению продукта-новинки. Определение емкости рынка нового продукта. Бизнес-анализ разработки нового продукта. Уметь выявлять необходимость разработки и реализации новых продуктов. Владеть навыками проведения маркетинговых исследований рынка нового продукта /Лаб/						
1.4	**Изучение учебной литературы по теме, подготовка к тестированию.Знать факторы, обусловливающие разработку и выведение на рынок нового продукта. Уметь выявлять необходимость разработки и реализации новых продуктов. Владеть навыками проведения маркетинговых исследований рынка нового продукта /Ср/**	7	44	0	0	ПКС-1.1,ПКС-1.2,ПКС-1.3	вопросы к самоподготовке
	Раздел 2.2. Управление разработкой нового продукта						
2.1	**Тема 2.1. Управление разработкой нового продукта. Цель освоения темы является планирование и организация разработки нового продукта. Необходимость планирования разработки и производства нового продукта. Сущность и методы планирования разработки и производства новых продуктов. Сущность организации как функции управления созданием нового продукта. Принципы разработки нового продукта. Алгоритм разработки и производства продукта-новинки. Источники идей нового продукта. Достоинства и недостатки метода привлечения потребителей к разработке новых продуктов. Основные этапы разработки нового продукта. Отличия категорий "идея товара" и "концепция товара". Процесс разработки концепции товара, её развития в концепцию торговой марки и проверки на группе целевых потребителей. Содержание плана маркетинговой стратегии выведения нового товара на рынок. Области проведения**	7	4	0	0	ПКС-1.1	устный опрос

	пробного маркетинга продукта-новинки. Преимущества и недостатки пробного маркетинга при создании новых продуктов. Обеспечивающие подсистемы создания нового продукта. Причины успехов и неудач новых продуктов. Природа успеха нового продукта. Классификация успеха нового продукта по видам деятельности, мотивам достижения, продолжительности, времени достижения, условиям проявления. Факторы, приводящие к успеху нового продукта. Ключевые факторы успеха нового продукта. Типовые ошибки при разработке новых продуктов. Основные виды контроля. Процедуры контроля продуктов-новинок. Знать методы планирования разработки и производства новых продуктов. /Лек/						
2.2	**Тема 2.1. Управление разработкой нового продукта. Цель освоения темы является планирование и организация разработки нового продукта.Необходимость планирования разработки и производства нового продукта. Сущность и методы планирования разработки и производства новых продуктов. Сущность организации как функции управления созданием нового продукта. Принципы разработки нового продукта. Алгоритм разработки и производства продукта-новинки. Источники идей нового продукта. Достоинства и недостатки метода привлечения потребителей к разработке новых продуктов. Основные этапы разработки нового продукта. Отличия категорий "идея товара" и "концепция товара". Процесс разработки концепции товара, её развития в концепцию торговой марки и проверки на группе целевых потребителей. Содержание плана маркетинговой стратегии выведения нового товара на рынок. Области проведения пробного маркетинга продукта-новинки. Преимущества и недостатки пробного маркетинга при создании новых продуктов. Обеспечивающие подсистемы создания нового продукта. Причины успехов и неудач новых продуктов. Природа успеха нового продукта. Классификация успеха нового продукта по видам деятельности, мотивам достижения,**	7	4	0	0	ПКС-1.2,ПКС-1.3	реферат

	продолжительности, времени достижения, условиям проявления. Факторы, приводящие к успеху нового продукта. Ключевые факторы успеха нового продукта. Типовые ошибки при разработке новых продуктов. Основные виды контроля. Процедуры контроля продуктов-новинок. Уметь анализировать алгоритм разработки и производства продукта-новинки. Владеть навыками применения методов планирования разработки и производства новых продуктов. /Пр/						
2.3	**Тема 2.1. Управление разработкой нового продукта. Цель освоения темы является планирование и организация разработки нового продукта.Необходимость планирования разработки и производства нового продукта. Сущность и методы планирования разработки и производства новых продуктов. Сущность организации как функции управления созданием нового продукта. Принципы разработки нового продукта. Алгоритм разработки и производства продукта-новинки. Источники идей нового продукта. Достоинства и недостатки метода привлечения потребителей к разработке новых продуктов. Основные этапы разработки нового продукта. Отличия категорий "идея товара" и "концепция товара". Процесс разработки концепции товара, её развития в концепцию торговой марки и проверки на группе целевых потребителей. Содержание плана маркетинговой стратегии выведения нового товара на рынок. Области проведения пробного маркетинга продукта-новинки. Преимущества и недостатки пробного маркетинга при создании новых продуктов. Обеспечивающие подсистемы создания нового продукта. Причины успехов и неудач новых продуктов. Природа успеха нового продукта. Классификация успеха нового продукта по видам деятельности, мотивам достижения, продолжительности, времени достижения, условиям проявления. Факторы, приводящие к успеху нового продукта. Ключевые факторы успеха нового продукта. Типовые ошибки при разработке новых продуктов. Основные виды контроля. Процедуры контроля**	7	4	0	2	ПКС-1.2,ПКС-1.3	лабораторная работа

	продуктов-новинок. Уметь анализировать алгоритм разработки и производства продукта-новинки. Владеть навыками применения методов планирования разработки и производства новых продуктов. /Лаб/						
2.4	**Изучение учебной литературы по теме, подготовка к тестированию. Знать методы планирования разработки и производства новых продуктов. Уметь анализировать алгоритм разработки и производства продукта-новинки. Владеть навыками применения методов планирования разработки и производства новых продуктов. /Ср/**	7	50	0	0	ПКС-1.1,ПКС-1.2,ПКС-1.3	вопросы к самоподготовке
	Раздел 3.3. Управление реализацией нового продукта						
3.1	**Тема 3.1. Управление реализацией нового продукта. Цель освоения темы является понятие позиционирования и продажи новых продуктов. Сущность категории "позиционирование" применительно к новому продукту. Методика позиционирования нового продукта. Основания для позиционирования продукта-новинки. Каналы реализации новых продуктов и критерии их выбора. Принципы успешной торговли новыми продуктами. Маркетинговые коммуникации при продвижении нового продукта. Роль маркетингового комплекса в продвижении нового продукта. Инструменты, с помощью которых механизм маркетинговых коммуникаций приводится в действие при продвижении нового продукта. Способы стимулирования сбыта как ключевого элемента маркетинговых коммуникаций. Факторы, оказывающие влияние на выбор вида маркетинговых коммуникаций в продвижении продукта-новинки. Реклама как инструмент продвижения нового продукта. Повышение роли интернет-маркетинга в разработке и реализации нового продукта. Знать факторы, оказывающие влияние на выбор вида маркетинговых коммуникаций в продвижении продукта-новинки /Лек/**	7	4	0	0	ПКС-1.1	устный опрос
3.2	**Тема 3.1. Управление реализацией нового продукта. Цель освоения**	7	4	0	0	ПКС-1.2,ПКС-1.3	реферат

	темы является понятие позиционирования и продажи новых продуктов. Сущность категории "позиционирование" применительно к новому продукту. Методика позиционирования нового продукта. Основания для позиционирования продукта-новинки. Каналы реализации новых продуктов и критерии их выбора. Принципы успешной торговли новыми продуктами. Маркетинговые коммуникации при продвижении нового продукта. Роль маркетингового комплекса в продвижении нового продукта. Инструменты, с помощью которых механизм маркетинговых коммуникаций приводится в действие при продвижении нового продукта. Способы стимулирования сбыта как ключевого элемента маркетинговых коммуникаций. Факторы, оказывающие влияние на выбор вида маркетинговых коммуникаций в продвижении продукта-новинки. Реклама как инструмент продвижения нового продукта. Повышение роли интернет-маркетинга в разработке и реализации нового продукта. Уметь проводить анализ по каналам реализации новых продуктов и критериев их выбора. Владеть навыками применения методики позиционирования нового продукта. /Пр/						
3.3	**Тема 3.1. Управление реализацией нового продукта. Цель освоения темы является понятие позиционирования и продажи новых продуктов. Сущность категории "позиционирование" применительно к новому продукту. Методика позиционирования нового продукта. Основания для позиционирования продукта-новинки. Каналы реализации новых продуктов и критерии их выбора. Принципы успешной торговли новыми продуктами. Маркетинговые коммуникации при продвижении нового продукта. Роль маркетингового комплекса в продвижении нового продукта. Инструменты, с помощью которых механизм маркетинговых коммуникаций приводится в действие при продвижении нового**	7	4	0	0	ПКС-1.2,ПКС-1.3	лабораторная работа

	продукта. Способы стимулирования сбыта как ключевого элемента маркетинговых коммуникаций. Факторы, оказывающие влияние на выбор вида маркетинговых коммуникаций в продвижении продукта-новинки. Реклама как инструмент продвижения нового продукта. Повышение роли интернет-маркетинга в разработке и реализации нового продукта. Уметь проводить анализ по каналам реализации новых продуктов и критериев их выбора. Владеть навыками применения методики позиционирования нового продукта. /Лаб/						
3.4	**Изучение учебной литературы по теме, подготовка к тестированию. Знать факторы, оказывающие влияние на выбор вида маркетинговых коммуникаций в продвижении продукта-новинки. Уметь проводить анализ по каналам реализации новых продуктов и критериев их выбора. Владеть навыками применения методики позиционирования нового продукта. /Ср/**	7	50	0	0	ПКС-1.1,ПКС-1.2,ПКС-1.3	вопросы к самоподготовке
3.5	**Знает принципы и правила работы с документами и с нормативно-методической документацией. Умеет агрегировать, структурировать и обобщать информацию с учетом локальных нормативных актов в области управления кросс-функциональными процессами и контролировать соответствие разработанных документов нормативно-методической документации. Владеет навыками документирования и обработки информации о кросс-функциональном процессе организации в соответствии с нормативно-методической документацией. /ЗаО/**	7	0	0	0	ПКС-1.1,ПКС-1.2,ПКС-1.3	вопросы к зачету; итоговое тестирование

Перечень применяемых активных и интерактивных образовательных технологий:

Технологии проведения семинара в форме диалога

В процессе вузовского обучения развитие способностей к рассуждению и размышлению успешно на практических и семинарских занятиях, организованных форме диалога. Диалоговое общение активизирует самостоятельную деятельность субъектов образовательного процесса в процессе усвоения учебного содержания, усиливает эффект совместной работы группе. Обучение в диалоге формирует социально-психологическую готовность к работе в команде, особенно в ситуации поиска эффективных способов решения проблемы, Цель использования различных форм диалогового общения образовательном процессе: 1) для активизации деятельности субъектов образовательного процесса в процессе усвоения учебного содержания; 2) обучения социальным ролям в ходе коллективного принятия решений

Технология организации самостоятельной работы

Организации самостоятельной работы учащихся на более высоком уровне может способствовать применение

технологии проектного и проблемного обучения. Методы самостоятельного приобретения знаний основаны на использовании проблемного обучения

5. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОРГАНИЗАЦИИ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ СТУДЕНТОВ

Самостоятельная (внеаудиторная) работа обучающегося (далее - СРС) – это планируемая учебная, практическая, учебно-исследовательская, научно-исследовательская работа студентов, выполняемая во
внеаудиторное время (свободное от аудиторных учебных занятий) по заданию и при методическом руководстве педагогического работника, отнесенного к профессорско-преподавательскому составу (далее – преподаватель) и (или) лиц, привлекаемых к реализации образовательных программ на иных условиях, но без их непосредственного участия.
СРС по заданию и при методическом руководстве преподавателя и (или) лиц, привлекаемых к реализации образовательных программ на иных условиях, реализуется во время групповых консультаций и (или) индивидуальной работы обучающихся с преподавателями Университета и (или) лиц, привлекаемых к реализации образовательных программ на иных условиях (в том числе индивидуальных консультаций), а также во время текущего контроля выполнения заданий, отнесенных к самостоятельной работе обучающихся.
Целью СРС является овладение формирование компетенций через овладение знаниями, умениями и навыками профессиональной деятельности по направлению подготовки (специальности). Самостоятельная работа является обязательной для каждого обучающегося.
Формы самостоятельной работы обучающихся определяются преподавателями кафедр Университета при разработке рабочих программ дисциплин (модулей), рабочих программ практик, НИР, программ государственной итоговой (итоговой) аттестации, методических указаний по выполнению практических, лабораторных работ, написанию курсовых работ/проектов и ВКР в соответствии с их содержанием.
В университете оборудованы специальные помещения для самостоятельной работы обучающихся. Помещения для самостоятельной работы обучающихся оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к информационно -телекоммуникационной сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду Университета.

6. ОЦЕНОЧНЫЕ И МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ

6.1. Перечень компетенций с указанием этапов формирования индикаторов их достижения в процессе освоения ОПОП

ПКС-1:Способен документировать и систематизировать собранную информацию о кросс-функциональном процессе организации в соответствии с требованиями нормативно-методической документации

Недостаточный уровень:

Не знает принципы и правила работы с документами и с нормативно-методической документацией

Не умеет агрегировать, структурировать и обобщать информацию с учетом локальных нормативных актов в области управления кросс-функциональными процессами и контролировать соответствие разработанных документов нормативно-методической документации

Не владеет навыками документирования и обработки информации о кросс-функциональном процессе организации в соответствии с нормативно-методической документацией

Пороговый уровень:

Обладает отрывочными знаниями о принципах и правилах работы с документами и с нормативно-методической документацией

Обладает посредственными умениями агрегировать, структурировать и обобщать информацию с учетом локальных нормативных актов в области управления кросс-функциональными процессами и контролировать соответствие разработанных документов нормативно-методической документации

Владеет отрывочными навыками документирования и обработки информации о кросс-функциональном процессе организации в соответствии с нормативно-методической документацией

Продвинутый уровень:

Обладает необходимыми знаниями о принципах и правилах работы с документами и с нормативно-методической документацией

Обладает всеми необходимыми умениями агрегировать, структурировать и обобщать информацию с учетом локальных нормативных актов в области управления кросс-функциональными процессами и контролировать соответствие разработанных документов нормативно-методической документации

Владеет достаточно полными навыками документирования и обработки информации о кросс-функциональном процессе организации в соответствии с нормативно-методической документацией

Высокий уровень:

Обладает комплексными и полными знаниями о принципах и правилах работы с документами и с нормативно-методической документацией

Обладает полностью сформированными и комплексными умениями агрегировать, структурировать и обобщать информацию с учетом локальных нормативных актов в области управления кросс-функциональными процессами и контролировать соответствие разработанных документов нормативно-методической документации

Владеет сформированными полными навыками документирования и обработки информации о кросс-функциональном процессе организации в соответствии с нормативно-методической документацией

6.2. Шкала оценивания в зависимости от уровня сформированности компетенций

Уровень сформированности компетенций

Характеристики индикаторов достижения компетенций	**1. Недостаточный: компетенции не сформированы.**	**2. Пороговый: компетенции сформированы.**	**3. Продвинутый: компетенции сформированы.**	**4. Высокий: компетенции сформированы.**
Знания:	Знания отсутствуют.	Сформированы базовые структуры знаний.	Знания обширные, системные.	Знания твердые, аргументированные, всесторонние.
Умения:	Умения не сформированы.	Умения фрагментарны и носят репродуктивный характер.	Умения носят репродуктивный характер применяются к решению типовых заданий.	Умения успешно применяются к решению как типовых, так и нестандартных творческих заданий.
Навыки:	Навыки не сформированы.	Демонстрируется низкий уровень самостоятельности практического навыка.	Демонстрируется достаточный уровень самостоятельности устойчивого практического навыка.	Демонстрируется высокий уровень самостоятельности, высокая адаптивность практического навыка.

Описание критериев оценивания

Обучающийся демонстрирует: - существенные пробелы в знаниях учебного материала; - допускаются принципиальные ошибки при ответе на основные вопросы билета, отсутствует знание и понимание основных понятий и категорий; - непонимание сущности дополнительных вопросов в рамках заданий билета; - отсутствие умения выполнять практические задания, предусмотренные программой дисциплины; - отсутствие готовности (способности) к дискуссии и низкая степень контактности.	Обучающийся демонстрирует: - знания теоретического материала; - неполные ответы на основные вопросы, ошибки в ответе, недостаточное понимание сущности излагаемых вопросов; - неуверенные и неточные ответы на дополнительные вопросы; - недостаточное владение литературой, рекомендованной программой дисциплины; - умение без грубых ошибок решать практические задания, которые следует выполнить.	Обучающийся демонстрирует: - знание и понимание основных вопросов контролируемого объема программного материала; - твердые знания теоретического материала; -способность устанавливать и объяснять связь практики и теории, выявлять противоречия, проблемы и тенденции развития; - правильные и конкретные, без грубых ошибок ответы на поставленные вопросы; - умение решать практические задания, которые следует выполнить; - владение основной литературой, рекомендованной программой дисциплины; - наличие собственной обоснованной позиции по обсуждаемым вопросам. Возможны незначительные оговорки и неточности в раскрытии отдельных положений вопросов билета, присутствует неуверенность в ответах на дополнительные вопросы.	Обучающийся демонстрирует: - глубокие, всесторонние и аргументированные знания программного материала; - полное понимание сущности и взаимосвязи рассматриваемых процессов и явлений, точное знание основных понятий в рамках обсуждаемых заданий; - способность устанавливать и объяснять связь практики и теории; - логически последовательные, содержательные, конкретные и исчерпывающие ответы на все задания билета, а также дополнительные вопросы экзаменатора; - умение решать практические задания; - свободное использование в ответах на вопросы материалов рекомендованной основной и дополнительной литературы.
Оценка «незачет», «неудовлетворительно»	**Оценка «зачтено/удовлетворительно», «удовлетворительно»**	**Оценка «зачтено/хорошо», «хорошо»**	**Оценка «зачтено/отлично», «отлично»**

Оценочные средства, обеспечивающие диагностику сформированности компетенций, заявленных в рабочей программе по дисциплине (молулю) для проведения промежуточной аттестации

ОЦЕНИВАНИЕ УРОВНЯ ЗНАНИЙ: Теоретический блок вопросов. Уровень освоения программного материала, логика и грамотность изложения, умение самостоятельно обобщать и излагать материал.
1. Недостаточный уровень
Не знает принципы и правила работы с документами и с нормативно-методической документацией
Не умеет агрегировать, структурировать и обобщать информацию с учетом локальных нормативных актов в области управления кросс-функциональными процессами и контролировать соответствие разработанных документов нормативно-методической документации

Не владеет навыками документирования и обработки информации о кросс-функциональном процессе организации в соответствии с нормативно-методической документацией
2. Пороговый уровень
Обладает отрывочными знаниями о принципах и правилах работы с документами и с нормативно-методической документацией
Обладает посредственными умениями агрегировать, структурировать и обобщать информацию с учетом локальных нормативных актов в области управления кросс-функциональными процессами и контролировать соответствие разработанных документов нормативно-методической документации
Владеет отрывочными навыками документирования и обработки информации о кросс-функциональном процессе организации в соответствии с нормативно-методической документацией
3. Продвинутый уровень
Обладает необходимыми знаниями о принципах и правилах работы с документами и с нормативно-методической документацией
Обладает всеми необходимыми умениями агрегировать, структурировать и обобщать информацию с учетом локальных нормативных актов в области управления кросс-функциональными процессами и контролировать соответствие разработанных документов нормативно-методической документации
Владеет достаточно полными навыками документирования и обработки информации о кросс-функциональном процессе организации в соответствии с нормативно-методической документацией
4. Высокий уровень
Обладает комплексными и полными знаниями о принципах и правилах работы с документами и с нормативно-методической документацией
Обладает полностью сформированными и комплексными умениями агрегировать, структурировать и обобщать информацию с учетом локальных нормативных актов в области управления кросс-функциональными процессами и контролировать соответствие разработанных документов нормативно-методической документации
Владеет сформированными полными навыками документирования и обработки информации о кросс-функциональном процессе организации в соответствии с нормативно-методической документацией

6.3. Оценочные средства текущего контроля (примерные темы докладов, рефератов, эссе)

Компетенция ПКС-1: Способен документировать и систематизировать собранную информацию о кросс-функциональном процессе организации в соответствии с требованиями нормативно-методической документации.

Оценочные средства к устному опросу

Тема 1.1. Теоретические основы управления разработкой и внедрения нового продукта. Вопросы к устному опросу

1. Что такое новый продукт?
2. В чем заключается необходимость разработки и реализации новых продуктов?
3. Дайте характеристику классификации новых товаров
4. Перечислите уровни новизны продукта.
5. Назовите факторы, обусловливающие разработку и выведение на рынок нового продукта
6. Охарактеризуйте процесс разработки маркетинговой программы по созданию и продвижению продукта-новинки.
7. Как определить емкость рынка нового продукта?
8. Назовите причины ускорения темпа и сокращения длительности цикла разработки новых товаров.
9. Кто является участником инновационного создания продукта?
10. Перечислите этапы проведения маркетинговых исследований рынка нового продукта.

Лабораторная работа

Теоретические основы управления разработкой и внедрения нового продукта

Руководителю предприятия представлен анализ нового продукта марки А. Он решил, что продукт А будет продаваться по розничной цене Ц (10 д.е.) ден.ед. (по его исследованиям рынка). Розничные торговцы предполагают колебание цен в пределах Рр% (40%) от продажной цены, а оптовые Р1%(20%). Переменные издержки на единицу продукта должны составить Ипер (2.д.е.), а предполагаемые постоянные на выпуск всей партии Ипост(28000 д.е.). Требуется принять решение о целесообразности производства нового продукта при ожидаемом объеме продаж в О единиц (9000 единиц).

Вопросы к самоподготовке

1.Анализ основных инструментов продвижения, их слабые и сильные стороны на практических примерах.
2. Методика определения носителей рекламы и алгоритм выбора методов стимулирования. 3. Какие мероприятия по продвижению новой продукции можно провести в рамках ограниченного бюджета?
4. Специфика продвижения нового промышленного и потребительского товара.
5. Определение цены на новый продукт/услугу с учетом конкурентной ситуации и наличия конкурентных преимуществ.
6. Формирование матрицы скидок для нового продукта с учетом объема продаж и условий платежа.
7. Выбор каналов продаж. Какие наиболее эффективны для нового продукта? 8. Прогнозирование и моделирование продаж. Как не ошибиться в прогнозах?
9. Три этапа продвижения при выводе нового товара на рынок. Как подготовить и адаптировать каналы сбыта к новым продуктам.
10. Основные этапы вывода новой продукции на рынок: оценка перспективности идеи и анализ рынка, разработка каналов продаж и оценка эффективности программы продвижения

Тема 2.1. Управление разработкой нового продукта

Вопросы к устному опросу

8. В чем заключается необходимость планирования разработки и производства нового продукта?
9. Перечислите типовые ошибки при разработке новых продуктов.
10. Охарактеризуйте процедуру контроля продуктов-новинок.

Лабораторная работа
Тема 2.1. Управление разработкой нового продукта.
Предприниматель решил организовать производство столярных изделий. В результате оценки спроса, возможной цены реализации и затрат на производство и сбыт им были получены следующие данные: максимальная цена одного изделия Цмах = 300 ден. ед.; возможно уменьшение рыночной цены в ближайший год до Цмин = 200 ден.ед.; переменные затраты на одно изделие Ипер = 120 ден. ед.; в состав постоянных затрат входят: зарплата предпринимателя - 2000 ден. ед. в мес. расходы на амортизацию оборудования 600 ден. ед. в мес. расходы на оплату аренды помещения (2 варианта): вариант 1 - Сар = 1000 ден. ед. в мес, вариант 2 - Сар = 2400 ден. ед. в мес. Производственная площадь варианта 1 позволяет организовать выпуск 30 изделий в мес, а производственная площадь варианта 2 - 120 изделий в мес. Необходимо принять решение по обеспечению безубыточности производства и выбрать лучший вариант арендуемого помещения.

Вопросы к самоподготовке
1. Показатели неудачи нового продукта.
2. Виды рисков в продвижении новых продуктов на рынок.
3. Основные риски невостребованности продуктов-новинок.
4. Причины провала новых продуктов.
5. Контроль разработки нового продукта.
6. Особенности установления цен на новые товары
7. Сущность и принципы контроля разработки нового продукта.
8. Показатели, использующиеся в процессе контроля над созданием нового продукта.
9. Особенности контроля разработки новых продуктов.
10. Основные ценовые стратегии производителей товаров-новинок и условия их применения

Тема 3.1. Управление реализацией нового продукта
Вопросы к устному опросу
1. Что такое позиционирование нового продукта?
2. Перечислите принципы успешной торговли новыми продуктами.
3. Какова роль маркетингового комплекса в продвижении нового продукта?
4. В чем заключается сущность категории "позиционирование" применительно к новому продукту?
5. Назовите способы стимулирования сбыта как ключевого элемента маркетинговых коммуникаций.
6. Дайте характеристику интернет-маркетинга в разработке и реализации нового продукта.
7. Охарактеризуйте методику позиционирования нового продукта.
8. Охарактеризуйте каналы реализации новых продуктов и критерии их выбора.
9.Назовите инструменты, позволяющие продвигать новый продукт на рынок
10. Какие факторы влияют на выбор вида маркетинговых коммуникаций в продвижении продукта-новинки.

Лабораторная работа
Тема 3.1. Управление реализацией нового продукта
Как запустить новый продукт в сложных рыночных условиях? Цели: Вывод нового продукта на рынок — работа с узнаваемостью и формированием позиционирования бренда.
Привлечение аудитории к пробной покупке, увеличение объема продаж.

Вопросы к самоподготовке
1. Новая идея: принципы предварительной оценки
2. Основные шаги по анализу рынка: нетрадиционные методы исследований, которые могут обеспечить более объективные результаты
3. Анализ потенциала нового продукта для компании: что он дает?
4. Оценка разработанной концепции нового продукта. Построение Дома качества, алгоритм развертывания на примере товаров и услуг.
5. Формула и критерии позиционирования.
6. Анализ и проработка практических примеров.
7. Пошаговая технология вывода новой продукции на рынок с анализом промежуточных результатов, получаемых на каждом этапе.
8. Организационные проблемы при разработке новых продуктов. Как их избежать?
9. Секреты успешного взаимодействия маркетинга и производства при разработке новых продуктов.
10. Повышение роли интернет-маркетинга в разработке и реализации нового продукта.

ТЕМЫ РЕФЕРАТОВ
Тема 1.1.
1. Разработка новых продуктов с учётом требований маркетинга.
2. Ускорение темпа и сокращение длительности цикла разработки новых товаров.
3. Этапы вывода новой продукции на рынок.
4. Программа продвижения нового продукта: постановка целей и методы их достижения на каждом этапе.

1.Стратегии позиционирования нового продукта.
2. Технология вывода нового товара на рынок.
3. Организация и планирование работ, связанных с созданием новых продуктов.
4. Типичные ошибки программ продвижения новых продуктов и варианты их устранения.
5. Планирование и проведение рыночных испытаний нового продукта.
6. Прогнозирование продаж нового продукта.
7. Формирование маркетингового плана создания нового продукта.
8. Формирование бюджета создания нового продукта.
9. Роль маркетингового комплекса в продвижении нового продукта.
10. Способы стимулирования сбыта как ключевого элемента маркетинговых коммуникаций.

Тема 3.1.
1.Методы оценки эффективности вывода на рынок и продвижения нового продукта.
2. Оценка конкурентоспособности нового товара: выявление и формирование конкурентных преимуществ.
3. Выбор каналов продаж, наиболее эффективных для нового продукта.
4. Повышение роли интернет-маркетинга в разработке и реализации нового продукта.
5. Определение основных экономических характеристик рынка (отрасли).
6. Методические основы измерения конкурентоспособности различных объектов.
7. Показатели конкурентоспособности и их классификация.
8. Инструменты, с помощью которых механизм маркетинговых коммуникаций приводится в действие при продвижении нового продукта.
9. Способы стимулирования сбыта как элемент маркетинговых коммуникаций продвижения новых товаров на рынок.
10. Реклама как инструмент продвижения нового продукта

6.4. Оценочные средства промежуточной аттестации.

Итоговое тестирование
Тесты закрытого типа
Компетенция ПКС-1: Способен документировать и систематизировать собранную информацию о кросс-функциональном процессе организации в соответствии с требованиями нормативно-методической документации
Вопросы для проверки уровня обученности «знать»
1. К новым продуктам относятся:
а) продукт, не имеющий ранее существовавших аналогов;
б) продукт новый для производителя;
в) продукт следующего поколения; г) улучшенный продукт.

2. Разработка нового продукта начинается с:
а) разработки маркетинговой стратегии;
б) разработки концепции;
в) генерации идей;
г) пробного маркетинга

3. К какой области инноваций относится построение новых каналов сбыта и использование новых форм и средств коммуникационной политики?
а) продуктовой
б) управленческой
в) маркетинговой
г) технологической

4. Главной целью инновационного процесса являются:
а) создание и использование инноваций
б) повышение эффективности деятельности предприятия
в) проведение организационных изменений

5. Что такое технологические инновации?
а) использование нового сырья
б) результат воплощения в виде нового усовершенствованного продукта или технологического процесса
в) появление новых рынков сбыта
г) изменения в организации материально-технического снабжения

Вопросы для проверки уровня обученности «уметь»
6. Ключевыми факторами успеха нового продукта являются:
а) финансовая устойчивость организации;

б) соответствие продукта-новинки требованиям рынка;
в) возможности организации по его разработке и производству;
г) низкие издержки его производства и реализации.

7. Контрольные точки ("критические точки") при разработке продукта определяют:
а) очередные этапы в процессе разработки нового продукта;
б) моменты, когда принимаются решения о том, чтобы продолжать работу над созданием нового товара;
в) моменты определения плановых показателей.
8. Использование метода "снятия сливок", по мнению маркетологов, имеет смысл при следующих условиях:
а) наблюдается высокий и возрастающий уровень текущего спроса со стороны достаточно большого числа покупателей;
б) высокая начальная цена не привлекает новых конкурентов в производстве товара;
в) с увеличением объемов выпуска издержки фирмы снижаются;
г) пониженная цена не привлекает конкурентов.

9. Разработка товара заключается:
а) в создании технологического проекта товара
б) в принятии решения на выпуск товара, объединяющих технологические, экономические и маркетинговые действия
в) в деятельности органов надзора за качеством товаров

10. Дайте определение товара:
а) вещь, обеспечивающая комфортные условия существования
б) продукт или действие, обладающие полезностью и предназначенные для
продажи
в) продукт собственного производства, потребленный в своем домашнем хозяйстве

Вопросы для проверки уровня обученности «владеть»
11. Длина канала распределения определяется:
а) числом торговых точек;
б) числом участников в каждом звене канала распределения;
в) числом звеньев

12. Внедрение нового продукта определяется как радикальная инновация, если:
а) охватывает технологические изменения продукта;
б) касается использования усовершенствованного технологического процесса;
в) предполагаемая область применения, функциональные характеристики, конструктивные или использованные материалы и компоненты существенно отличаются от ранее использованных продуктов.

13. Что такое степень сбалансированности рынка?
а) соотношение спроса и предложения;
б) соотношение прибыли и затрат;
в) баланс товарных ресурсов.

14. Комплекс маркетинговых коммуникаций состоит из следующих средств воздействия:
а) личная продажа;
б) стимулирование сбыта;
в) пропаганда;
г) реклама;

15. Скорость развития инновационных процессов по основным направлениям будет
определяться следующими факторами:
а) заинтересованностью товаропроизводителей в получении дополнительного эффекта от внедрения научных разработок;
б) ускорением разработок новшеств, отвечающих запросам производства;
в) информированием товаропроизводителей всех сфер о научных разработках, рекомендуемых к освоению в производство;
г) замедлением жизненного цикла продукции.

Вопросы к зачету
Компетенция ПКС-1: Способен документировать и систематизировать собранную информацию о кросс-функциональном процессе организации в соответствии с требованиями нормативно-методической документации
Вопросы для проверки уровня обученности «знать»
1.Понятие нового продукта. Объективная необходимость разработки и реализации новых продуктов.
2. Уровни новизны продукта.
3. Факторы, обусловливающие разработку и выведение на рынок нового продукта.
4. Участники и источники инновационного создания продукта.
5. Источники идей нового продукта.
6. Необходимость планирования разработки и производства нового продукта
7. Принципы разработки нового продукта.
8. Классификация успеха нового продукта по видам деятельности, мотивам достижения, продолжительности, времени достижения, условиям проявления.
9. Процесс разработки концепции товара, её развития в концепцию торговой марки и проверки на группе целевых потребителей

12. Природа успеха нового продукта.
13. Факторы, приводящие к успеху нового продукта.
14. Достоинства и недостатки метода привлечения потребителей к разработке новых продуктов.
15. Роль маркетингового комплекса в продвижении нового продукта.

Вопросы для проверки уровня обученности «уметь»
1. Содержание плана маркетинговой стратегии выведения нового товара на рынок
2. Типовые ошибки при разработке новых продуктов.
3. Понятие, факторы и показатели конкурентоспособности новых продуктов
4. Факторы, оказывающие влияние на цену нового товара.
5. Измерение поведенческой реакции потребителей
6. Конкурентные позиции организации на рынке.
7. Процедуры контроля продуктов-новинок.
8. Издержки производства и полезность товара как факторы формирования цены.
9. Алгоритм разработки и производства продукта-новинки.
10. Показатели, использующиеся в процессе контроля над созданием нового продукта.
11.Методы определения новых продуктов и степени их новизны
12. Преимущества и недостатки пробного маркетинга при создании новых продуктов.
13. Каналы реализации новых продуктов и критерии их выбора.
14. Процесс разработки маркетинговой программы по созданию и продвижению продукта-новинки.
15. Бизнес-анализ разработки нового продукта.

Вопросы для проверки уровня обученности «владеть»

1.Мини-кейс: Объясните стратегию «снятия сливок» на примере корпорации «Дюпон»

2. Мини-кейс: Определите, к какому этапу ЖЦТ относится такая характеристика: "Сбыт слабый, покупатели - новаторы, количество конкурентов - незначительное, затраты на маркетинг - большие".

3. Мини-кейс: Назовите метод для выбора наилучшего варианта реализации инновационного проекта на основе расчетов вероятностей получения результатов по каждому из альтернативных вариантов.

4. Мини-кейс: Назовите эффективную стратегию для фирмы, не имеющую собственного разработанного продукта.

5. Мини-кейс: К какому типу инновационного поведения относится фирма, предлагающая, в частности, услуги по ремонту и модернизации ноутбука?

6. Мини-кейс: Что означают правила принятия решений в отношении проектов «хлеб с маслом»?

7. Мини-кейс: Известная фирма, специализирующаяся на производстве современных электронных бытовых приборов, планирует выпуск новой продукции. На производственном совещании обсуждается концепция бытового прибора нового поколения. Отрывок из протокола этого совещания представлен ниже: Руководитель Отдела разработок: «Основное преимущество, которое можно использовать нам перед конкурентами, состоит в высоком уровне наших технологий. Мы должны создать шедевр технологического искусства, последнее слово техники». Вице-президент по производству: «Боюсь, что такое чудо техники будет просто не рентабельно с точки зрения производства. Можно разработать и создать великолепный опытный образец, для производства которого потребуется полностью переоборудовать наши производственные линии, закупить дорогостоящие материалы. Мое мнение, что эпоха средневековых мастеров, создателей уникальных образцов техники и искусства, далеко в прошлом. Больше прагматизма, господа.» Вице-президент по маркетингу: «Мы должны создавать продукцию с прицелом на конкретного потребителя. Только он может точно сказать, что ему нужно, а что не нужно. Наш потребитель вряд ли будет в основной массе своей способен оценить высокий уровень технологического мастерства наших изобретателей, если продукция не будет удовлетворять его конкретные требования. Потребителю также безразлично, с помощью каких производственных линий мы сможем произвести то, что ему нужно. Рынок будет последним судьей наших решений, так уж лучше сразу приготовиться к его текущим настроениям». В чем суть противоречия между различными участниками проекта создания и выпуска новой продукции?

8. Мини-кейс: Назовите этап, на котором может возникнуть риск, связанный с патентной защитой прав участников инновационной деятельности

6.5. Примерная тематика курсовых работ (проектов)

6.6. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)

Методические рекомендации по работе с конспектом лекций

Просмотрите конспект сразу после занятий. Пометьте материал конспекта лекций, который вызывает затруднения для понимания. Попытайтесь найти ответы на затруднительные вопросы, используя предлагаемую литературу. Если самостоятельно не удалось разобраться в материале, сформулируйте вопросы и обратитесь на текущей консультации или на ближайшей лекции за помощью к преподавателю. Каждую неделю рекомендуется отводить время для повторения пройденного материала, проверяя свои знания, умения и навыки по контрольным вопросам.
Работа с рекомендованной литературой:
При работе с основной и дополнительной литературой целесообразно придерживаться такой последовательности. Сначала прочитать весь заданный текст в быстром темпе. Цель такого чтения заключается в том, чтобы создать общее представление об изучаемом материале, понять общий смысл прочитанного. Затем прочитать вторично, более медленно, чтобы в ходе чтения понять и запомнить смысл каждой фразы, каждого положения и вопроса в целом. Чтение приносит пользу и становится продуктивным, когда сопровождается записями. Это может быть составление плана прочитанного текста, тезисы или выписки, конспектирование и др. Выбор вида записи зависит от характера изучаемого материала и целей работы с ним. Если содержание материала несложное, легко усваиваемое, можно ограничиться составлением плана. Если материал содержит новую и трудно усваиваемую информацию, целесообразно его законспектировать. План – это схема прочитанного материала, перечень вопросов, отражающих структуру и последовательность материала. Конспект – это систематизированное, логичное изложение материала источника. Различаются четыре типа конспектов: - план-конспект – это развернутый детализированный план, в котором по наиболее сложным вопросам даются подробные пояснения, - текстуальный конспект – это воспроизведение наиболее важных положений и фактов источника, - свободный конспект – это четко и кратко изложенные основные положения в результате глубокого изучения материала, могут присутствовать выписки, цитаты, тезисы; часть материала может быть представлена планом, - тематический конспект – составляется на основе изучения ряда источников и дает ответ по изучаемому вопросу. В процессе изучения материала источника и составления конспекта нужно обязательно применять различные выделения, подзаголовки, создавая блочную структуру конспекта. Это делает конспект легко воспринимаемым и удобным для работы.

Методические рекомендации по подготовке к практическим занятиям

Практические занятия представляют особую форму сочетания теории и практики. Их назначение – углубление проработки теоретического материала предмета путем регулярной и планомерной самостоятельной работы студентов на протяжении всего курса. Процесс подготовки к практическим занятиям включает изучение нормативных документов, обязательной и дополнительной литературы по рассматриваемому вопросу. Непосредственное проведение практического занятия предполагает, например: индивидуальные выступления студентов с сообщениями по какому-либо вопросу изучаемой темы; фронтальное обсуждение рассматриваемой проблемы, обобщения и выводы; решение задач и упражнений по образцу; решение вариантных задач и упражнений; решение ситуационных производственных (профессиональных) задач; проектирование и моделирование разных видов и компонентов профессиональной деятельности. выполнение контрольных работ; работу с тестами. При подготовке к практическим занятиям студентам рекомендуется: внимательно ознакомиться с тематикой практического занятия; прочесть конспект лекции по теме, изучить рекомендованную литературу; составить краткий план ответа на каждый вопрос практического занятия; проверить свои знания, отвечая на вопросы для самопроверки; если встретятся незнакомые термины, обязательно обратиться к словарю и зафиксировать их в тетради. Все письменные задания выполнять в рабочей тетради. Практические занятия развивают у студентов навыки самостоятельной работы по решению конкретных задач.

Методические рекомендации по подготовке к лабораторным работам

Лабораторные работы представляют одну из форм освоения теоретического материала с одновременным формированием практических навыков в изучаемой дисциплине. Их назначение – углубление проработки теоретического материала, формирование практических навыков путем регулярной и планомерной самостоятельной работы студентов на протяжении всего курса. Процесс подготовки к лабораторным работам включает изучение нормативных документов, обязательной и дополнительной литературы по рассматриваемому вопросу. Непосредственное проведение лабораторной работы предполагает: изучение теоретического материала по теме лабораторной работы (по вопросам изучаемой темы); выполнение необходимых расчетов и экспериментов; оформление отчета с заполнением необходимых таблиц, построением графиков, подготовкой выводов по проделанным экспериментам и теоретическим расчетам; по каждой лабораторной работе проводится контроль: проверяется содержание отчета, проверяется усвоение теоретического материала. Контроль усвоения теоретического материала является индивидуальным.

Методические указания по выполнению отчёта к лабораторным работам

Основным требованием по выполнению лабораторных и практических работ является полное исчерпывающее описание всей проделанной работы, позволяющее судить о полученных результатах, степени выполнения и профессиональной подготовки студентов.
Методические указания обеспечивают комплексный подход в учебной работе студентов, единство и преемственность требований к оформлению результатов работы на разных этапах обучения. С единых позиций приведены основные требования по структуре, оформлению и содержанию отчета по лабораторным и практическим работам.
Структура отчёта:

- цель работы;
- краткие теоретические сведения;
- ход выполнения работы;
- выводы.
Дополнительными элементы:
- приложения;
- библиографический список.
Требования к содержанию отчёта:
1. Титульный лист
В верхнем поле листа указывают полное наименование учебного заведения.
В среднем поле указывается вид работы, в данном случае лабораторная или практическая работа с указанием курса, по которому она выполнена, и ниже ее название. Название работы приводится без слова тема и в кавычки не заключается.
Далее ближе к правому краю титульного листа указывают фамилию, инициалы и группу учащегося, выполнившего работу, а также фамилию, инициалы преподавателя, принявшего работу.
В нижнем поле листа указывается место выполнения работы и год ее написания (без слова год).
2. Цель работы должна отражать тему работы, а также конкретные задачи, поставленные студенту на период выполнения работы. По объему цель работы в зависимости от сложности и многозадачности работы составляет от нескольких строк до 0,5 страницы.
3. Краткие теоретические сведения. В этом разделе излагается краткое теоретическое описание изучаемой в работе темы. Материал раздела не должен копировать содержание методического пособия или учебника по данной теме, а ограничивается изложением основных понятий, требующихся для дальнейшей обработки полученных результатов. Объем литературного обзора не должен превышать 1/3 части всего отчета.
4. Ход выполнения работы. В данном разделе подробно излагается методика выполнения работы, процесс получения данных и способ их обработки. Если используются стандартные пакеты компьютерных программ для обработки экспериментальных результатов, то необходимо обосновать возможность и целесообразность их применения, а также подробности обработки данных с их помощью.
5. Выводы по работе - кратко излагаются результаты работы, полученные в результате выполнения работы, а также краткий анализ полученных результатов.
Отчет по лабораторной работе оформляется на листе формата А4. Допускается оформление отчета по лабораторной работе в электронном виде средствами Microsoft Office. Текст работы должен быть напечатан через полтора интервала шрифтом Times New Roman, кегль – 12. Поля должны оставаться по всем четырем сторонам печатного листа: левое – не менее 30 мм, правое – не менее 10, нижнее – не менее 20 и верхнее – не 15 мм.
Для защиты лабораторной работы студент должен подготовить отчет, провести самостоятельную работу, иметь отметку о проверенном отчете.
Результаты определяются по пятибалльной системе оценок.

Методические рекомендации по выполнению реферата

Реферат – письменная работа объемом 8–10 страниц. Это краткое и точное изложение сущности какого-либо вопроса, темы. Тему реферата студент выбирает из предложенных преподавателем или может предложить свой вариант. В реферате нужны развернутые аргументы, рассуждения, сравнения. Содержание темы излагается объективно от имени автора. Функции реферата. Информативная, поисковая, справочная, сигнальная, коммуникативная. Степень выполнения этих функций зависит от содержательных и формальных качеств реферата и для каких целей их использует. Требования к языку реферата. Должен отличаться точностью, краткостью, ясностью и простотой.
Структура реферата:
1. Титульный лист
2. Оглавление (на отдельной странице). Указываются названия всех разделов (пунктов плана) реферата и номера страниц, указывающие начало этих разделов в тексте реферата.
3. Введение. Аргументируется актуальность исследования, т.е. выявляется практическое и теоретическое значение данного исследования. Далее констатируется, что сделано в данной области предшественниками, перечисляются положения, которые должны быть обоснованы. Обязательно формулируются цель и задачи реферата.
4. Основная часть. Подчиняется собственному плану, что отражается в разделении текста на главы, параграфы, пункты. План основной части может быть составлен с использованием различных методов группировки материала. В случае если используется чья-либо неординарная мысль, идея, то обязательно нужно сделать ссылку на того автора, у кого взят данный материал.
5. Заключение. Последняя часть научного текста. В краткой и сжатой форме излагаются полученные результаты, представляющие собой ответ на главный вопрос исследования.
6. Приложение. Может включать графики, таблицы, расчеты.
7. Библиография (список литературы). Указывается реально использованная для написания реферата литература. Названия книг располагаются по алфавиту с указанием их выходных данных. Общие требования к построению, содержанию и оформлению».
При проверке реферата оцениваются:
 знание фактического материала, усвоение общих представлений, понятий, идей;
 характеристика реализации цели и задач исследования;
 степень обоснованности аргументов и обобщений;
 качество и ценность полученных результатов;
 использование литературных источников;
 культура письменного изложения материала;
 культура оформления материалов работы.

Правила написания научных текстов (реферат, дипломная работа):
Здесь приводятся рекомендации по консультированию студентов относительно данного вида самостоятельной работы. Во время консультаций руководителю следует предложить к обсуждению следующие вопросы.
• Какова истинная цель Вашего научного текста – это поможет Вам разумно распределить свои силы и время.
• Важно разобраться, кто будет «читателем» Вашей работы.
• Начинать писать серьезную работу следует не раньше, чем возникнет ощущение, что по работе с источниками появились идеи, которыми можно поделиться.
• Должна быть идея, а для этого нужно научиться либо относиться к разным явлениям и фактам несколько критически (своя идея – как иная точка зрения), либо научиться увлекаться какими-то известными идеями, которые нуждаются в доработке (идея – как оптимистическая позиция и направленность на дальнейшее совершенствование уже известного).
• Писать следует ясно и понятно, стараясь основные положения формулировать четко и недвусмысленно, а также стремясь структурировать свой текст.
• Объем текста и различные оформительские требования во многом зависят от принятых в конкретном учебном заведении порядков.

Методические рекомендации по выполнению контрольных работ

Контрольная работа выполняется по вариантам. На бланке указывается факультет, курс, группа, ФИО студента. Вопросы строятся на основе тестовых и ситуативных заданий. В тестовых заданиях, выбирается правильный(ые) ответ(ы). При решении ситуативных заданий выбирается правильная последовательность действий в рассматриваемой ситуации. Проверка контрольной работы позволяет выявить и исправить допущенные студентами ошибки, указать, какие вопросы дисциплины ими недостаточно усвоены и требуют доработки. Студент должен внимательно ознакомиться с письменными замечаниями преподавателя и приступить к их исправлению, для чего еще раз повторить соответствующий материал.

Методические рекомендации по подготовке к коллоквиуму

Коллоквиумом называется собеседование преподавателя и студента по заранее определенным контрольным вопросам. Целью коллоквиума является формирование у студента навыков анализа теоретических проблем на основе самостоятельного изучения учебной и научной литературы. На коллоквиум выносятся крупные, проблемные, нередко спорные теоретические вопросы. Упор делается на монографические работы профессора-автора данного спецкурса. От студента требуется:
- владение изученным в ходе учебного процесса материалом, относящимся к рассматриваемой проблеме;
- знание разных точек зрения, высказанных в научной литературе по соответствующей проблеме, умение сопоставлять их между собой;
- наличие собственного мнения по обсуждаемым вопросам и умение его аргументировать.
Коллоквиум - это не только форма контроля, но и метод углубления, закрепления знаний студентов, так как в ходе собеседования преподаватель разъясняет сложные вопросы, возникающие у студента в процессе изучения данного источника. Однако коллоквиум не консультация и не экзамен. Его задача добиться глубокого изучения отобранного материала, пробудить у студента стремление к чтению дополнительной социологической литературы. Подготовка к коллоквиуму начинается с установочной консультации преподавателя, на которой он разъясняет развернутую тематику проблемы, рекомендует литературу для изучения и объясняет процедуру проведения коллоквиума. Как правило, на самостоятельную подготовку к коллоквиуму студенту отводится 3-4 недели. Методические указания состоят из рекомендаций по изучению источников и литературы, вопросов для самопроверки и кратких конспектов ответа с перечислением основных фактов и событий, относящихся к пунктам плана каждой темы. Это должно помочь студентам целенаправленно организовать работу по овладению материалом и его запоминанию. При подготовке к коллоквиуму следует, прежде всего, просмотреть конспекты лекций и практических занятий и отметить в них имеющиеся вопросы коллоквиума. Если какие-то вопросы вынесены преподавателем на самостоятельное изучение, следует обратиться к учебной литературе, рекомендованной преподавателем в качестве источника сведений.
Коллоквиум проводится в форме индивидуальной беседы преподавателя с каждым студентом или беседы в небольших группах (2-3 человека). Обычно преподаватель задает несколько кратких конкретных вопросов, позволяющих выяснить степень добросовестности работы с литературой, проверяет конспект. Далее более подробно обсуждается какая-либо сторона проблемы, что позволяет оценить уровень понимания. По итогам коллоквиума выставляется дифференцированная оценка по пятибалльной системе.

Методические рекомендации по устному опросу/самоподготовке

После изучения определенной темы по записям в конспекте и учебнику, а также решения достаточного количества соответствующих задач на практических занятиях и самостоятельно студенту рекомендуется, используя лист опорных сигналов, воспроизвести по памяти определения, выводы формул, формулировки основных положений и доказательств. В случае необходимости следует рекомендовать еще раз внимательно разобраться в материале. Иногда недостаточность усвоения того или иного вопроса выясняется только при изучении дальнейшего материала. В этом случае надо вернуться назад и повторить плохо усвоенный материал. Важный критерий усвоения теоретического материала – умение решать задачи или пройти тестирование по пройденному материалу. Однако преподавателю следует помнить, что правильное решение задачи может получиться в результате применения механически заученных формул без

понимания сущности теоретических положений.

Методические рекомендации по подготовке к семинарским занятиям

Одним из видов внеаудиторной самостоятельной работы является подготовка к семинарским занятиям. Семинар – форма учебно-практических занятий, при которой студенты обсуждают сообщения, доклады и рефераты, выполненные ими по результатам учебных или научных исследований под руководством преподавателя. Преподаватель в этом случае является координатором обсуждений темы семинара, подготовка к которому является обязательной. Поэтому тема семинара и основные источники обсуждения предъявляются до обсуждения для детального ознакомления, изучения. Цели обсуждений направлены на формирование навыков профессиональной полемики и закрепление обсуждаемого материала. Семинар – это такая форма организации обучения, при которой на этапе подготовки доминирует самостоятельная работа учащихся с учебной литературой и другими дидактическими средствами над серией вопросов, проблем и задач, а в процессе семинара идут активное обсуждение, дискуссии и выступления учащихся, где они под руководством преподавателя делают обобщающие выводы и заключения. Семинар предназначен для углубленного изучения дисциплины, овладения методологией научного познания, то главная цель семинарских занятий – обеспечить студентам возможность овладеть навыками и умениями использования теоретического знания применительно к особенностям изучаемой отрасли.

Методические рекомендации по подготовке к эссе

Одним из видов самостоятельной работы студентов является написание творческой работы по заданной либо согласованной с преподавателем теме. Творческая работа (эссе) представляет собой оригинальное произведение объемом 500-700 слов, посвященное какой-либо значимой классической либо современной проблеме в определенной теоретической и практической области. Творческая работа не является рефератом и не должна носить описательный характер, большое место в ней должно быть уделено аргументированному представлению своей точки зрения студентами, критической оценке рассматриваемого материала и проблематики, что должно способствовать раскрытию творческих и аналитических способностей. Цели написания эссе – научиться логически верно и аргументировано строить устную и письменную речь; работать над углублением и систематизацией своих философских знаний; овладеть способностью использовать основы знаний для формирования мировоззренческой позиции. Приступая к написанию эссе, изложите в одном предложении, что именно вы будете утверждать и доказывать (свой тезис).

Методические рекомендации по подготовке к докладу

Для подготовки доклада необходимо выбрать актуальную тему. Желательно, чтобы тема была интересна докладчику и вызывала желание качественно подготовить материалы. Подготовка доклада предполагает: определение цели доклада; подбор необходимого материала, определяющего содержание доклада; составление плана доклада, распределение собранного материала в необходимой логической последовательности.
Композиция доклада имеет вступление, основную часть и заключение.
Вступление должно содержать: название доклада; сообщение основной идеи; современную оценку предмета изложения; краткое перечисление рассматриваемых вопросов; интересную для слушателей форму изложения. Основная часть, в которой необходимо раскрыть суть темы, обычно строится по принципу отчёта. Задача основной части: представить достаточно данных для того, чтобы слушатели заинтересовались темой.
Заключение – чёткое обобщение и краткие выводы по излагаемой теме.

Методические рекомендации по подготовке к собеседованию

Собеседование – средство контроля, организованное как специальная беседа преподавателя с обучающимся на темы, связанные с изучаемой дисциплиной, и рассчитанное на выяснение объема знаний обучающегося по определенному разделу, теме, проблеме и т.п.
Цель собеседования: проверка усвоения знаний; умений применять знания; сформированности профессионально значимых личностных качеств.
Подготовка к собеседованию предполагает повторение пройденного материала и приобретение навыка свободного владения терминологией и фактическими данными по определенному разделу дисциплины.

Методические рекомендации по подготовке к тестированию/ итоговому тестированию

Тестирование/итоговое тестирование – это система стандартизированных заданий, определенного содержания и упорядоченных в рамках определенной стратегии предъявления, позволяющая качественно оценить структуру и эффективно измерить уровень знаний, умений и навыков по учебной дисциплине (разделу). Тестирование позволяет оценить у студентов уровень знаний фактического материала, умения логически мыслить, способности к рефлексии и творческому подходу к решению поставленной задачи на каждом этапе их обучения.
При самостоятельной подготовке к тестированию студенту необходимо:
- четко выяснить все условия тестирования заранее (сколько тестов будет предложено, сколько времени отводится на тестирование, какова система оценки результатов);
- проконсультироваться с преподавателем по вопросу выбора учебной литературы;
- проработать информационный материал по разделу дисциплине;
- конспективно выписать из соответствующих разделов учебной дисциплины основные понятия, ключевые идеи, теоретические концепции и подходы;

- повторить теоретический материал лекций, самостоятельно изученной учебной и научной литературы, семинарских занятий.

При выполнении тестовых заданий рекомендуется:

- внимательно полностью прочитать вопрос и предлагаемые варианты ответов, выбрать правильные из них (их может быть несколько);
- при затруднении при ответе на сложный для студента вопрос целесообразно переходить к другим вопросам теста. По завершению ответов на все последующие вопросы теста необходимо вернуться к трудному вопросу и дать на него продуманный ответ;
- по окончании тестирования следует проверить правильность данных ответов на вопросы теста, чтобы избежать механических ошибок.

Методические рекомендации по подготовке к экзамену

Изучение многих общепрофессиональных и специальных дисциплин завершается экзаменом. Подготовка к экзамену способствует закреплению, углублению и обобщению знаний, получаемых, в процессе обучения, а также применению их к решению практических задач. Готовясь к экзамену, студент ликвидирует имеющиеся пробелы в знаниях, углубляет, систематизирует и упорядочивает свои знания. На экзамене студент демонстрирует то, что он приобрел в процессе обучения по конкретной учебной дисциплине. Экзаменационная сессия – это серия экзаменов, установленных учебным планом. Между экзаменами интервал 2-4 дня, в течение студент систематизирует уже имеющиеся знания. На консультации перед экзаменом студенты должны быть ознакомлены с основными требованиями и получить ответы на возникающие в процессе подготовки вопросы. Необходимо ориентировать студентов на систематическую подготовку к занятиям в течение семестра, что позволит использовать время экзаменационной сессии для систематизации знаний.

Методические рекомендации по подготовке к зачету/ зачету с оценкой

В ходе подготовки к зачету/зачету с оценкой студент, в первую очередь, должен систематизировать знания, полученные в ходе изучения дисциплины. К зачету/зачету с оценкой необходимо готовиться целенаправленно, регулярно, систематически и с первых дней обучения по данной дисциплине. В самом начале учебного курса познакомьтесь со следующей учебно-методической документацией:

- программой дисциплины;
- перечнем знаний, умений и навыков, которыми студент должен владеть;
- тематическими планами лекций, семинарских занятий;
- учебниками, учебными пособиями по дисциплине, а также электронными ресурсами;
- перечнем вопросов к зачету/зачету с оценкой.

После этого у обучающихся должно сформироваться четкое представление об объеме и характере знаний и умений, которыми надо будет овладеть по дисциплине. Систематическое выполнение учебной работы на лекциях и лабораторных занятиях позволит успешно освоить дисциплину и создать хорошую базу для сдачи зачета/зачета с оценкой.

7. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

7.1. Рекомендуемая литература	
7.1.1. Основная литература	
Л.1.1	Скоробогатых И. И., Солнцев М. А., Мусатова Ж. Б., Невоструев П. Ю. Маркетинговое управление разработкой продукта [Электронный ресурс]:учебное пособие. - Москва: Дашков и К°, 2022. - 176 с. – Режим доступа: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=697045
Л.1.2	Черных В. В. Управление разработкой и внедрением инновационного продукта [Электронный ресурс]:учебное пособие. - Йошкар-Ола: Поволжский государственный технологический университет, 2019. - 122 с. – Режим доступа: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=570613
Л.1.3	Бездудная А.Г., Зинчик Н.С., Кадырова О.В., Растова Ю.И., Бездудная А.Г. Бережливое производство [Электронный ресурс]:Учебник. - Москва: КноРус, 2023. - 203 с. – Режим доступа: https://book.ru/book/948328
Л.1.4	Бездудная А.Г., Зинчик Н.С., Кадырова О.В., Растова Ю.И., Бездудная А.Г. Бережливое производство [Электронный ресурс]:Учебник. - Москва: КноРус, 2022. - 203 с. – Режим доступа: https://book.ru/book/944522
7.1.2. Дополнительная литература	
Л.2.1	Леманн Д. Р., Винер Р. С., Миронова Л. Е. Управление продуктом [Электронный ресурс]:учебник. - Москва: Юнити-Дана, 2017. - 719 с. – Режим доступа: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=615808
7.2. Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение в том числе отечественного производства	
7.2.1	Microsoft Windows 10
7.2.2	Kaspersky Endpoint Security
7.2.3	Microsoft Office 2013 Standard
7.3. Перечень профессиональных баз данных, информационных справочных систем и ресурсов сети Интернет	
7.3.1	Электронно-библиотечная система "Лань". Режим доступа: https://e.lanbook.com/
7.3.2	Электронно-библиотечная система "Университетская библиотека онлайн". Режим доступа: https://biblioclub.ru/
7.3.3	Электронно-библиотечная система "BOOK.ru". Режим доступа: https://book.ru/

7.3.4	ПЛАТФОРМА ОНЛАЙН-ОБРАЗОВАНИЯ «РАЗУМ». Режим доступа: https://razoom.mgutm.ru/
7.3.5	Компьютерная справочно-правовая система "КонсультантПлюс". Режим доступа: http://www.consultant.ru/

8. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

8.1	Адрес: 344002, Ростовская область, г. Ростов-на-Дону, пер. Семашко, д. 55: аудитория 20-17 - Лаборатория : Оснащен персональным компьютером и проектором для демонстрации различного рода графического материала, наглядными пособиями (схемы, таблицы), Компьютер подключен к сети Internet
8.2	Адрес: 344002, Ростовская область, г. Ростов-на-Дону, пер. Семашко, д. 55: аудитория 20-24 - Учебная аудитория : Оснащен персональным компьютером и проектором для демонстрации различного рода графического материала, наглядными пособиями (схемы, таблицы, Макет «Хлебозавод», Макет «Мукомольный комплекс»). Компьютер подключен к сети Internet

9. ОРГАНИЗАЦИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ДЛЯ ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ

Организация образовательного процесса для лиц с ограниченными возможностями осуществляется в соответствии с «Методическими рекомендациями по организации образовательного процесса для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья в образовательных организациях высшего образования, в том числе оснащенности образовательного процесса» Министерства образования и науки РФ от 08.04.2014г. № АК-44/05вн. В образовательном процессе используются социально-активные и рефлексивные методы обучения, технологии социокультурной реабилитации с целью оказания помощи в установлении полноценных межличностных отношений с другими студентами, создании комфортного психологического климата в студенческой группе. Студенты с ограниченными возможностями здоровья, в отличие от остальных студентов, имеют свои специфические особенности восприятия, переработки материала. Подбор и разработка учебных материалов производится с учетом индивидуальных особенностей. Предусмотрена возможность обучения по индивидуальному графику, при составлении которого возможны различные варианты проведения занятий: в академической группе и индивидуально, на дому с использованием дистанционных образовательных технологий.

Актуализация с учетом развития науки, техники, культуры, экономики, техники, технологий и социальной сферы
Руководитель ОПОП
канд. экон. наук, доц. Погорелова Т.Г._____

Рабочая программа актуализирована, обсуждена и одобрена на заседании обеспечивающей кафедры

Бизнес и проектные технологии

Протокол от __ _____ 2025 г. № __
Зав. кафедрой Погорелова Татьяна Геннадьевна_____

Рабочая программа согласована на заседании выпускающей кафедры

Бизнес и проектные технологии

Протокол от __ _____ 2025 г. № __
Зав. кафедрой Погорелова Татьяна Геннадьевна _____

==========

Актуализация с учетом развития науки, техники, культуры, экономики, техники, технологий и социальной сферы
Руководитель ОПОП
канд. экон. наук, доц. Погорелова Т.Г._____

Рабочая программа актуализирована, обсуждена и одобрена на заседании обеспечивающей кафедры

Бизнес и проектные технологии

Протокол от __ _____ 2026 г. № __
Зав. кафедрой Погорелова Татьяна Геннадьевна_____

Рабочая программа согласована на заседании выпускающей кафедры

Бизнес и проектные технологии

Протокол от __ _____ 2026 г. № __
Зав. кафедрой Погорелова Татьяна Геннадьевна _____

==========

Актуализация с учетом развития науки, техники, культуры, экономики, техники, технологий и социальной сферы
Руководитель ОПОП
канд. экон. наук, доц. Погорелова Т.Г._____

Рабочая программа актуализирована, обсуждена и одобрена на заседании обеспечивающей кафедры

Бизнес и проектные технологии

Протокол от __ _____ 2027 г. № __
Зав. кафедрой Погорелова Татьяна Геннадьевна_____

Рабочая программа согласована на заседании выпускающей кафедры

Бизнес и проектные технологии

Протокол от __ _____ 2027 г. № __
Зав. кафедрой Погорелова Татьяна Геннадьевна _____

==========

Актуализация с учетом развития науки, техники, культуры, экономики, техники, технологий и социальной сферы
Руководитель ОПОП
канд. экон. наук, доц. Погорелова Т.Г._____

Рабочая программа актуализирована, обсуждена и одобрена на заседании обеспечивающей кафедры

Бизнес и проектные технологии

Протокол от __ _____ 2028 г. № __
Зав. кафедрой Погорелова Татьяна Геннадьевна_____

Рабочая программа согласована на заседании выпускающей кафедры

Бизнес и проектные технологии

Протокол от __ _____ 2028 г. № __
Зав. кафедрой Погорелова Татьяна Геннадьевна _____