

**МИНОБРНАУКИ РОССИИ**  
**Федеральное государственное автономное образовательное**  
**учреждение высшего образования "Пермский**  
**государственный национальный исследовательский**  
**университет"**

Авторы-составители: **Антинескул Екатерина Александровна**  
**Шилова Елена Валерьевна**

Рабочая программа дисциплины  
**ПРОДАКТ МЕНЕДЖМЕНТ I**  
Код УМК 100016

Утверждено  
Протокол №10  
от «14» июня 2023 г.

Пермь, 2023

## **1. Наименование дисциплины**

Продакт менеджмент I

## **2. Место дисциплины в структуре образовательной программы**

Дисциплина входит в вариативную часть Блока « Б.1 » образовательной программы по направлениям подготовки (специальностям):

Направление подготовки: **38.03.02** Менеджмент  
направленность Менеджмент организации

### **3. Планируемые результаты обучения по дисциплине**

В результате освоения дисциплины **Продакт менеджмент I** у обучающегося должны быть сформированы следующие компетенции:

#### **38.03.02 Менеджмент (направленность : Менеджмент организации)**

**ПК.5** Способен реализовать методы принятия управленческих решений, принципы и методы управления изменениями, в т.ч. на основе современных технологий управления персоналом

##### **Индикаторы**

**ПК.5.1** Применяет методы принятия управленческих решений исходя из целей организации

**ПК.9** Способен управлять разработкой, развитием и продвижением продуктов, услуг, технологий

##### **Индикаторы**

**ПК.9.1** Осуществляет работы по составлению технического задания для разработчиков продукта, услуги, технологии

**ПК.9.2** Интерпретирует результаты исследования рынка продукта, услуги, технологии

**ПК.9.3** Участвует в разработке программы продвижения продукта, услуги, технологии

#### 4. Объем и содержание дисциплины

|   |  |
|---|--|
| <b>Направление подготовки</b>                                     | 38.03.02 Менеджмент (направленность: Менеджмент организации)   |
| <b>форма обучения</b>   | очная  |
| <b>№№ триместров, выделенных для изучения дисциплины</b>          | 7,8,10,11  |
| <b>Объем дисциплины (з.е.)</b>                                    | 12   |
| <b>Объем дисциплины (ак.час.)</b>                                 | 432  |
| <b>Контактная работа с преподавателем (ак.час.), в том числе:</b> | 168  |
| <b>Проведение лекционных занятий</b>                              | 56   |
| <b>Проведение практических занятий, семинаров</b>                 | 112  |
| <b>Самостоятельная работа (ак.час.)</b>                           | 264  |
| <b>Формы текущего контроля</b>                                    | Входное тестирование (1)<br>Итоговое контрольное мероприятие (4)<br>Письменное контрольное мероприятие (8) |
| <b>Формы промежуточной аттестации</b>                             | Зачет (7 триместр)<br>Зачет (8 триместр)<br>Зачет (10 триместр)<br>Зачет (11 триместр)                     |

## **5. Аннотированное описание содержания разделов и тем дисциплины**

### **Раздел 1. Маркетинговые исследования рынка**

#### **Входной контроль**

Понятие маркетинг. Основные принципы маркетинга. Понятие товар, потребитель, ассортимент.

#### **Маркетинговые исследования, их роль в развитии бизнеса**

Понятие маркетинговых исследований. Исторический, экономический и социокультурный аспект развития маркетинговых исследований. Роль маркетинговых исследований в принятии управленческих решений и развитии современной компании (организации). Проблемы, определяемые и решаемые маркетинговыми исследованиями (классификация маркетинговых исследований по Нерешу Малхотре). Субъекты маркетинговых исследований. Виды услуг, осуществляемых субъектами маркетинговых исследований. Состояние отрасли маркетинговых исследований в России и США: сравнительный анализ.

#### **Информация и ее роль в проведении маркетинговых исследований**

Маркетинг как объект правового регулирования. Первичная и вторичная информация, ее источники. Классификация и различия видов информации.

#### **Основные этапы маркетинговых исследований**

Определение проблемы маркетингового исследования, ее ключевых компонентов. Разработка подходов к решению проблемы. Планирование основных этапов маркетингового исследования рынка. Понятие выборки и генеральной совокупности. Критерии и методы выборки. Виды детерминированных и вероятностных выборок. Выборочное и сплошное наблюдение. Объем выборки. Подбор персонала. Планирование бюджета маркетингового исследования рынка. Понятия поискового и итогового маркетингового исследования. Сбор данных. Подготовка и анализ данных. Подготовка и презентация отчета о проведенном маркетинговом исследовании.

#### **Этика маркетинговых исследований**

Этические аспекты маркетинговых исследований. Понятие «Заинтересованность сторон». Понятия телеологии и деонтологии.

#### **Анализ данных маркетинговых исследований**

Выбор стратегии анализа данных. Базовый анализ данных. Статистические методы анализа данных. Основные источники ошибок при разработке и проведении маркетинговых исследований. Проверка, кодирование, редактирование, очищение и обработка данных маркетинговых исследований. Вариационный ряд, кросс-табуляция и проверка гипотез. Многомерные методы анализа данных. Дисперсионный, регрессионный и дискриминантный анализ данных. Понятия регрессии и корреляции. Факторный и кластерный анализ. Совместный анализ и многомерное шкалирование данных маркетинговых исследований. Пространственная карта. Профессиональные программные продукты как эффективный инструмент проведения маркетинговых исследований (SPSS). Ошибка выборки, ошибка точности данных. Ошибки исследователя, интервьюера, респондента и другие виды системных и иных ошибок. Фальсификация первичных данных.

#### **Международные маркетинговые исследования**

Факторы внешней и внутренней среды и их влияние на маркетинговые исследования. Особенности международных маркетинговых исследований.

### **Раздел 2. Управление жизненным циклом продукта**

#### **Жизненный цикл товара. Этапы жизненного цикла продукции**

Стадии ЖЦТ: Разработка, Вывод на рынок, Рост, Зрелость, спад.  
Кривая роста, Кривая с повторяющимся циклом, Гребешковая кривая; Классическая кривая ЖЦТ;  
Модель Э. Роджесера; Модель Френка Басса. Изучение этапов жизненного цикла продукции и нормативных документов, регламентирующих содержание и процессы, осуществляемые на этих этапах.

### **Стадия разработки и создания продукта**

Цель, замысел, потребность; исследование, проектирование, технологическая проработка конструкции, производство, эксплуатация; результат, продукция, объект потребности.

### **Стадия внедрения продукта на рынок**

Определение потенциального целевого рынка и стратегических целей вывода нового продукта на основе маркетинговых исследований рынка и проведения SWOT-анализа. Формирование стратегических целей вывода на рынок новой продукции. Анализ комплекса маркетинга. Тест на привлекательность для рынка: модель Розенберга; объем сбыта; анализ конкурентов; модель с идеальной точкой. Оценка экономической эффективности выведения товара: анализ собственного потенциала фирмы; себестоимости; анализ сильных и слабых сторон; постоянных и переменных затрат; прибыль и доля рынка. Стратегия ценообразования. Выбор каналов сбыта: анализ макросреды; анализ целевого рынка; прямой; не прямой; анализ рисков.

### **Бренд и упаковка как элементы продвижения продукта**

Бренд и его место в структуре маркетинговой деятельности. Понятие торговой марки и бренда: специфика терминологий. Понятие бренда. Основные элементы, составляющие содержание бренда. Основные элементы формирования бренд-стратегии фирмы на рынке. Функции бренда. Категории товаров и их потребность в торговой марке. Понятие потребительского риска и значение бренда для его минимизации. Проектирование бренда, создание его содержательных и визуальных характеристик. Управление портфелем брендов и развитием бренда. Продвижение бренда. Создание уникальной упаковки бренда. Фирменный стиль в продвижении продукции. Виды упаковок: групповая упаковка, индивидуальная упаковка, упаковка повторного использования, множественная упаковка. Этикетки. Маркировка продуктов. Штрихкод, виды штрихкодов.

### **Особенность разработки и внедрения стартап и IT-продуктов**

Разработка дорожной карты создания и внедрения стартап и IT-продуктов: тестирование идеи и спроса; создание макета и проведение UX-исследования; сбор аналитики; расчёт unit-экономики; проверка гипотез.

### **Особенность разработки и внедрения продуктов массового спроса**

Массовый маркетинг, сегментация рынка и множественная сегментация. Разработка имиджа продукта, ориентированного на конкретный сегмент массового спроса. ATL и BTL — комплекс мер по продвижению товара, услуги, продукта.

### **Автоматизация управления жизненным циклом продукции и CRM-системы**

Изучение этапов автоматизации жизненного цикла продукции, их компьютерной и информационной поддержки; рассмотрение интегрированных информационных автоматизированных систем, применяемых на всех этапах жизненного цикла продукции. Информационная поддержка жизненного цикла продукции (CALS-технологии). Применение методов визуализации информации при изучении интегрированных систем управления

жизненным циклом продукции.

### **Раздел 3. Стратегии и тактики продвижения продукта**

#### **Стадия роста жизненного цикла продукта**

Стадия роста. Активное использование рекламы. Расширение каналов продаж. Определение стратегии: улучшение качества товара, придание ему дополнительных свойств, укрепление товара на рынке; выпуск новых моделей и модификаций; расширение номенклатуры; выход на новые сегменты рынка; расширение существующих и поиск новых каналов сбыта; рекламная стратегия стимулирования предпочтения.

#### **Стадия зрелости жизненного цикла продукта**

Особенности маркетинга на стадии зрелости ЖЦТ. Выбор стратегий: модификация рынка, модификация товара и модификация маркетинговых средств.

#### **Стадия спада жизненного цикла продукта**

Особенности маркетинга на стадии спада. Проведения активной инновационной и маркетинговой политики, наличия финансовых и интеллектуальных ресурсов.

#### **Основные стратегии продвижения и коммуникационные инструменты**

Интегрированная маркетинговая стратегия. Креативная стратегия. Реклама в прессе. Реклама на телевидении. Радиореклама. Наружная реклама. Реклама на транспорте. Пресс-релизы. Связи с общественностью (пиар). Спонсорство. Стимулирование сбыта. Личные продажи. Маркетинг с использованием баз данных. Телефонный маркетинг. Электронная коммерция. Продажа с экрана. Выставки и ярмарки. Средства корпоративной идентификации. Интернет-маркетинг

#### **Методы стимулирования сбыта и оценка их эффективности**

План стимулирования сбыта и план маркетинга. Персонал в сфере стимулирования сбыта. Инвестиционная стратегия и жизненный цикл торговой марки. Методы стимулирования потребителей. Предложения в денежной форме. Предложения в натуральной форме. Предложение в активной форме. Методы стимулирования торгового персонала. Реклама на месте продажи. Совместные промо-кампании. Принципы использования методов стимулирования сбыта. Практическая реализация стимулирования сбыта. Анализ выбранного метода стимулирования сбыта. Исследование и оценка промо-кампании. Контроль эффективности мероприятий по стимулированию. Оценка эффективности стимулирования сбыта.

#### **Управление товарным портфелем**

Инструменты управления портфелем продукции: Бостонская матрица, матрица GEMACPM, ABC- и корреляционный анализ. Товарный ассортимент. Классификация ассортимента: по местонахождению; по широте охвата; по степени удовлетворенности; в зависимости от характера потребления. Ассортиментная группа. Свойство ассортимента. Показатели ассортимента.

### **Раздел 4. Теории решения сложных управленческих задач**

#### **1. Введение в теории решения сложных управленческих задач**

Понятие и признаки сложных управленческих задач. Сложные проблемы. Процесс решения сложных проблем. Классификация методов решения сложных управленческих задач. Системный подход к решению сложных управленческих задач

#### **2. Теория игр**

Понятие теории игр. История возникновения теории игр. Предмет теории игр. Неопределенность в игровых ситуациях. Классификация игр. Формализация бескоалиционных игр. Матричные игры.

### **3. Теория решения изобретательских задач**

Понятие ТРИЗ. История появления ТРИЗ. Принципы ТРИЗ. Противоречия ТРИЗ. Поиск противоречий. Приемы решения по ТРИЗ. Ограничения ТРИЗ

### **4. Теория ограничений систем**

История возникновения и основные подходы ТОС. Принципы ТОС. Парадигма ТОС. Критерии проверки логических построений. Дерево текущей реальности. Дерево будущей реальности. Дерево перехода. ТОС и рекомендации по ведению коллективной работы

### **5. Экспертные методы решения сложных управленческих задач**

Представление об экспертах. Требования к экспертам. Виды экспертных методов: методы группового опроса экспертов (метод Дельфы, метод ПАТТЕРН, комбинированный метод), математико-статистические методы обработки экспертных оценок (метод ранжирования, метод непосредственной оценки, метод последовательных предпочтений, метод парных сравнений), методы экспертной оценки показателей качества (методы главных точек, экспресс-метод комплексной оценки, метод движения по уровням, метод определения коэффициентов весомости)

### **6. Теория запутанности**

История появления теории запутанности (модель "Кеневин"). Области проблем: простая, сложная, усложненная, хаотическая. Построение «фреймворка» по «Кеневину». Системы: упорядоченные - простые и сложные, неупорядоченные/комплексные, хаотичные.



## **6. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины**

Освоение дисциплины требует систематического изучения всех тем в той последовательности, в какой они указаны в рабочей программе.

Основными видами учебной работы являются аудиторские занятия. Их цель - расширить базовые знания обучающихся по осваиваемой дисциплине и систему теоретических ориентиров для последующего более глубокого освоения программного материала в ходе самостоятельной работы. Обучающемуся важно помнить, что контактная работа с преподавателем эффективно помогает ему овладеть программным материалом благодаря расстановке необходимых акцентов и удержанию внимания интонационными модуляциями голоса, а также подключением аудио-визуального механизма восприятия информации.

Самостоятельная работа преследует следующие цели:

- закрепление и совершенствование теоретических знаний, полученных на лекционных занятиях;
- формирование навыков подготовки текстовой составляющей информации учебного и научного назначения для размещения в различных информационных системах;
- совершенствование навыков поиска научных публикаций и образовательных ресурсов, размещенных в сети Интернет;
- самоконтроль освоения программного материала.

Обучающемуся необходимо помнить, что результаты самостоятельной работы контролируются преподавателем во время проведения мероприятий текущего контроля и учитываются при промежуточной аттестации.

Обучающимся с ОВЗ и инвалидов предоставляется возможность выбора форм проведения мероприятий текущего контроля, альтернативных формам, предусмотренным рабочей программой дисциплины. Предусматривается возможность увеличения в пределах 1 академического часа времени, отводимого на выполнение контрольных мероприятий.

Процедура оценивания результатов обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья по дисциплине предусматривает предоставление информации в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации.

При проведении текущего контроля применяются оценочные средства, обеспечивающие передачу информации, от обучающегося к преподавателю, с учетом психофизиологических особенностей здоровья обучающихся.

## **7. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине**

При самостоятельной работе обучающимся следует использовать:

- конспекты лекций;
- литературу из перечня основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля);
- текст лекций на электронных носителях;
- ресурсы информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", необходимые для освоения дисциплины;
- лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение из перечня информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине;
- методические указания для обучающихся по освоению дисциплины.

## 8. Перечень основной и дополнительной учебной литературы

### Основная:

1. Брезгина, К. В. Маркетинговые исследования : учебное пособие / К. В. Брезгина, Е. А. Антинескул, А. А. Ясырева. — Саратов : Ай Пи Эр Медиа, 2019. — 141 с. — ISBN 978-5-4486-0770-7. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт].  
<http://www.iprbookshop.ru/83809.html>
2. Кремлёв, А. Г. Теория игр: основные понятия : учебное пособие для вузов / А. Г. Кремлёв ; под научной редакцией А. М. Тарасьева. — Москва : Издательство Юрайт, 2019 ; Екатеринбург : Изд-во Урал. ун-та. — 141 с. — (Университеты России). — ISBN 978-5-534-03414-1 (Издательство Юрайт). — ISBN 978-5-7996-1940-4 (Изд-во Урал. ун-та). — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт].  
<https://www.ura.it.ru/bcode/438607>
3. Антинескул Е. А., Керзина Е. А., Ясырева А. А. Основы товарной политики: учебное пособие для студентов, обучающихся по направлению подготовки бакалавров "Торговое дело"/Е. А. Антинескул, Е. А. Керзина, А. А. Ясырева ; ред. Л. А. Богданова.-Пермь:ПГНИУ,2019, ISBN 978-5-7944-3323-4.-102.-Библиогр.: с. 101. - Библиогр. в подстроч. примеч. <https://elis.psu.ru/node/575761>
4. Дианова, В. А. Маркетинговые исследования : учебное наглядное пособие для обучающихся по направлению подготовки бакалавриата «Менеджмент» / В. А. Дианова, А. А. Романов. — Краснодар, Саратов : Южный институт менеджмента, Ай Пи Эр Медиа, 2018. — 114 с. — ISBN 2227-8397. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт].  
<http://www.iprbookshop.ru/76919.html>
5. Захарова, Ю. А. Торговый маркетинг: эффективная организация продаж : практическое пособие / Ю. А. Захарова. — 2-е изд. — Москва : Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2020. — 133 с. — ISBN 978-5-394-03575-3. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт].  
<http://www.iprbookshop.ru/87620>
6. Конюховский, П. В. Теория игр + CD : учебник для академического бакалавриата / П. В. Конюховский, А. С. Малова. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 252 с. — (Авторский учебник). — ISBN 978-5-9916-4220-0. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт].  
<https://www.ura.it.ru/bcode/426159>
7. Захарова, Ю. А. Продакт-менеджмент, или Искусство управления товаром : практическое пособие / Ю. А. Захарова. — 3-е изд. — Москва : Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2020. — 124 с. — ISBN 978-5-394-03572-2. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL:  
<http://www.iprbookshop.ru/90237.html> <http://www.iprbookshop.ru/90237>
8. Титов, С. С. Теория решения изобретательских задач : курс лекций / С. С. Титов, П. С. Пономарев. — Липецк : Липецкий государственный технический университет, ЭБС АСВ, 2021. — 89 с. — ISBN 978-5-00175-092-5. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт].  
<https://www.iprbookshop.ru/118448>

### Дополнительная:

1. Цой, М. Е. Маркетинговые исследования. Ч.1. Направления и методы маркетинговых исследований : учебное пособие в 3 частях / М. Е. Цой, В. Ю. Щеколдин. — Новосибирск : Новосибирский государственный технический университет, 2018. — 67 с. — ISBN 978-5-7782-3636-3 (ч. 1), 978-5-7782-3635-6. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт].

<http://www.iprbookshop.ru/91229.html>

2. Маркетинг в профессиональной сфере : сборник практических заданий и кейсов / составители Т. И. Григорьева. — Москва : Московский гуманитарный университет, 2017. — 40 с. — ISBN 978-5-906912-95-4. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт].

<http://www.iprbookshop.ru/74730.html>

3. Ерзин, А. И. Нейропсихология антиципации. Том I. Мозговые основы. Роль в структуре психики и поведения. Методика исследования : монография / А. И. Ерзин, А. Ю. Ковтуненко. — Саратов : Вузовское образование, 2020. — 176 с. — ISBN 978-5-4487-0617-2 (т. I), 978-5-4487-0616-5. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт].

<http://www.iprbookshop.ru/90575.html>

4. Шагин, В. Л. Теория игр : учебник и практикум / В. Л. Шагин. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 223 с. — (Авторский учебник). — ISBN 978-5-534-03263-5. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. <https://www.urait.ru/bcode/432975>

5. Захарова, Ю. А. Торговый маркетинг: эффективная организация продаж : практическое пособие / Ю. А. Захарова. — 2-е изд. — Москва : Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2020. — 133 с. — ISBN 978-5-394-03575-3. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт].

<http://www.iprbookshop.ru/87620>

6. Шиловская, Н. А. Теория игр : учебник и практикум для прикладного бакалавриата / Н. А. Шиловская. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 318 с. — (Бакалавр. Прикладной курс). — ISBN 978-5-9916-8264-0. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. <https://www.urait.ru/bcode/434036>

7. Клименко, И. С. Методология системного исследования : учебное пособие / И. С. Клименко. — 2-е изд. — Саратов : Вузовское образование, 2020. — 273 с. — ISBN 978-5-4487-0622-6. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. <http://www.iprbookshop.ru/89238>

8. Альтшуллер Г. С. Творчество как точная наука. Теория решения изобретательских задач/Г. С. Альтшуллер.-Москва:Советское радио,1979.-184.-Библиогр.: с. 170-171. - Алф. указ.: с. 172-173

## 9. Перечень ресурсов сети Интернет, необходимых для освоения дисциплины

<https://www.marketing.spb.ru/read/m21/3.htm> Энциклопедия маркетинга  
<https://vc.ru/marketing> Платформа для специалистов vc.ru  
[www.russianmarket.ru](http://www.russianmarket.ru) Маркетинговые исследования и аналитические материалы  
[www.aup.ru](http://www.aup.ru) Менеджмент и маркетинг в бизнесе  
[www.consultant.ru](http://www.consultant.ru) Консультант Плюс  
[www.russianmarket.ru](http://www.russianmarket.ru) Маркетинговые исследования и аналитические материалы  
[www.aup.ru](http://www.aup.ru) Менеджмент и маркетинг в бизнесе  
[www.consultant.ru](http://www.consultant.ru) Консультант Плюс  
[mavriz.ru](http://mavriz.ru) Журнал маркетинг в России и за рубежом  
<https://lpgenerator.ru/blog/2020/11/19/product-marketing-zachem-vam-nuzhen-produktovyj-marketolog/> Профессиональная платформа lpgenerator.ru  
<http://ratriz.ru/zhurnalyi-triz> Журнал "ТРИЗ"  
<https://4brain.ru/blog/теория-ограничения-систем-тос/> Теория ограничения систем  
<http://mgta.krc.karelia.ru/> Журнал "Математическая теория игр и ее приложения"

## 10. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине

Образовательный процесс по дисциплине **Продакт менеджмент I** предполагает использование следующего программного обеспечения и информационных справочных систем:

1. Презентационные материалы (слайды по темам лекционных и практических занятий);
2. Доступ в режиме on-line в Электронную библиотечную систему (ЭБС);
3. Доступ в электронную информационно-образовательную среду университета;
4. Офисный пакет приложений;
5. Приложение, позволяющее просматривать и воспроизводить медиаконтент PDF-файлов;
6. Программы для демонстрации видео материалов (проигрыватель);
7. Программа для просмотра интернет контента (браузер);
8. Облачные сервисы, размещенные в сети Интернет в свободном доступе и не требующие лицензионной платы: Trello.com, ZOOM//jitsi, GoogleDocs;
9. Редактор файлов от Яндекс.Диск, Google;
10. Социальные сети: VK/Facebook/Instagram/YouTube.

При освоении материала и выполнении заданий по дисциплине рекомендуется использование материалов, размещенных в Личных кабинетах обучающихся ЕТИС ПГНИУ ([student.psu.ru](http://student.psu.ru)).

При организации дистанционной работы и проведении занятий в режиме онлайн могут использоваться:

- система видеоконференцсвязи на основе платформы BigBlueButton (<https://bigbluebutton.org/>).
- система LMS Moodle (<http://e-learn.psu.ru/>), которая поддерживает возможность использования текстовых материалов и презентаций, аудио- и видеоконтент, а так же тесты, проверяемые задания, задания для совместной работы.
- система тестирования Indigo (<https://indigotech.ru/>).

## 11. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине

1. Лекционные занятия - аудитория, оснащенная презентационной техникой (проектор, экран, компьютер/ноутбук) с соответствующим программным обеспечением, меловой (и) или маркерной доской.

2. Занятий семинарского типа (семинары, практические занятия) - аудитория, оснащенная презентационной техникой (проектор, экран, компьютер/ноутбук) с соответствующим программным обеспечением, меловой (и) или маркерной доской.
3. Самостоятельная работа - аудитория для самостоятельной работы, оснащенная компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет», обеспеченный доступом в электронную информационно-образовательную среду университета. Помещения Научной библиотеки ПГНИУ.
4. Текущий контроль - аудитория, оснащенная презентационной техникой (проектор, экран, компьютер/ноутбук) с соответствующим программным обеспечением, меловой (и) или маркерной доской.
5. Индивидуальные и групповые консультации - аудитория, оснащенная презентационной техникой (проектор, экран, компьютер/ноутбук) с соответствующим программным обеспечением, меловой (и) или маркерной доской.

В случае инклюзивного обучения занятия будут проводиться в корпусе 8, имеющем пандус, лифт.

Помещения научной библиотеки ПГНИУ для обеспечения самостоятельной работы обучающихся:

1. Научно-библиографический отдел, корп.1, ауд. 142. Оборудован 3 персональными компьютера с доступом к локальной и глобальной компьютерным сетям.
2. Читальный зал гуманитарной литературы, корп. 2, ауд. 418. Оборудован 7 персональными компьютерами с доступом к локальной и глобальной компьютерным сетям.
3. Читальный зал естественной литературы, корп.6, ауд. 107а. Оборудован 5 персональными компьютерами с доступом к локальной и глобальной компьютерным сетям.
4. Отдел иностранной литературы, корп.2 ауд. 207. Оборудован 1 персональным компьютером с доступом к локальной и глобальной компьютерным сетям.
5. Библиотека юридического факультета, корп.9, ауд. 4. Оборудована 11 персональными компьютерами с доступом к локальной и глобальной компьютерным сетям.
6. Читальный зал географического факультета, корп.8, ауд. 419. Оборудован 6 персональными компьютерами с доступом к локальной и глобальной компьютерным сетям.

Все компьютеры, установленные в помещениях научной библиотеки, оснащены следующим программным обеспечением:

Операционная система ALT Linux;

Офисный пакет Libreoffice.

Справочно-правовая система «КонсультантПлюс»

**Фонды оценочных средств для аттестации по дисциплине  
Продакт менеджмент I**

**Планируемые результаты обучения по дисциплине для формирования компетенции.  
Индикаторы и критерии их оценивания**

**ПК.9**

**Способен управлять разработкой, развитием и продвижением продуктов, услуг, технологий**

| <b>Компетенция<br/>(индикатор)</b>   | <b>Планируемые результаты<br/>обучения</b>   | <b>Критерии оценивания результатов<br/>обучения</b>   |
|--|--|---|
| <p><b>ПК.9.2</b><br/>Интерпретирует результаты исследования рынка продукта, услуги, технологии</p> | <p>Знать основные характеристики рынка продукта, услуги, технологии<br/>Уметь объяснять влияние результатов анализа рынка на принятие решения в области управления продуктом, услугой, технологией<br/>Владеть навыками объяснения взаимосвязи характеристик продукта, услуги, технологии на спрос</p> | <p align="center"><b>Неудовлетворител</b></p> <p>Не знает характеристики рынка продукта, услуги, технологии. Не умеет объяснить влияние результатов анализа рынка на принятие решения в области управления продуктом, услугой, технологией. Не владеет навыками объяснения взаимосвязи характеристик продукта, услуги, технологии на спрос</p> <p align="center"><b>Удовлетворительн</b></p> <p>Общие, но не структурированные знания характеристик рынка продукта, услуги, технологии. Частично сформированные умения объяснить влияние результатов анализа рынка на принятие решения в области управления продуктом, услугой, технологией. Фрагментарное применение навыков объяснения взаимосвязи характеристик продукта, услуги, технологии на спрос</p> <p align="center"><b>Хорошо</b></p> <p>Сформированы, но содержащие отдельные пробелы знания характеристик рынка продукта, услуги, технологии. В целом успешные, но содержащие отдельные пробелы умения объяснить влияние результатов анализа рынка на принятие решения в области управления продуктом, услугой, технологией. Успешное, но содержащее отдельные пробелы применение навыков объяснения взаимосвязи характеристик продукта, услуги, технологии на спрос</p> <p align="center"><b>Отлично</b></p> <p>Сформированы систематические знания характеристик рынка продукта, услуги,</p> |

| Компетенция<br>(индикатор)  | Планируемые результаты<br>обучения   | Критерии оценивания результатов<br>обучения   |
|---|--|---|
|   |  | <p style="text-align: center;"><b>Отлично</b></p> <p>технологии. Сформировано умение объяснить влияние результатов анализа рынка на принятие решения в области управления продуктом, услугой, технологией. Успешное владение навыками объяснения взаимосвязи характеристик продукта, услуги, технологии на спрос</p>  |
| <p><b>ПК.9.1</b><br/>Осуществляет работы по составлению технического задания для разработчиков продукта, услуги, технологии</p> | <p>Знать требования и алгоритм составления технического задания для разработчиков продукта, услуги, технологии. Уметь раскрывать содержание разделов технического задания. Владеть навыками описания отличий технических заданий для разработки продукта, услуги, технологии</p> | <p style="text-align: center;"><b>Неудовлетворител</b></p> <p>Не знает требования и алгоритм составления технического задания для разработчиков продукта, услуги, технологии. Не умеет раскрывать содержание разделов технического задания. Не владеет навыками описания отличий технических заданий для разработки продукта, услуги, технологии</p> <p style="text-align: center;"><b>Удовлетворительн</b></p> <p>Общие, но не структурированные знания требований и алгоритма составления технического задания для разработчиков продукта, услуги, технологии. Частично сформированные умения раскрывать содержание разделов технического задания. Фрагментарное применение навыков описания отличий технических заданий для разработки продукта, услуги, технологии</p> <p style="text-align: center;"><b>Хорошо</b></p> <p>Сформированы, но содержащие отдельные пробелы знания требований и алгоритма составления технического задания для разработчиков продукта, услуги, технологии. В целом успешные, но содержащие отдельные пробелы умения раскрывать содержание разделов технического задания. Успешное, но содержащее отдельные пробелы применение навыков описания отличий технических заданий для разработки продукта, услуги, технологии</p> <p style="text-align: center;"><b>Отлично</b></p> <p>Сформированы систематические знания требований и алгоритма составления технического задания для разработчиков продукта, услуги, технологии. Сформировано умение раскрывать содержание разделов технического задания.</p> |

| Компетенция<br>(индикатор)   | Планируемые результаты<br>обучения  | Критерии оценивания результатов<br>обучения  |
|--|---|--|
|  |   | <p style="text-align: center;"><b>Отлично</b></p> <p>Успешное и систематическое применение навыков описания отличий технических заданий для разработки продукта, услуги, технологии</p>  |
| <p><b>ПК.9.3</b><br/>Участвует в разработке программы продвижения продукта, услуги, технологии</p> | <p>Знать основные способы продвижения продукта, услуги, технологии. Уметь пояснять содержание задач, реализуемых на каждом этапе разработки программы продвижения продукта, услуги, технологии. Владеть навыками обоснования выбора инструментов продвижения продукта, услуги, технологии</p> | <p style="text-align: center;"><b>Неудовлетворител</b></p> <p>Не знает основные способы продвижения продукта, услуги, технологии. Не умеет пояснять содержание задач, реализуемых на каждом этапе разработки программы продвижения продукта, услуги, технологии. Не владеет навыками обоснования выбора инструментов продвижения продукта, услуги, технологии</p> <p style="text-align: center;"><b>Удовлетворительн</b></p> <p>Общие, но не структурированные знания основных способов продвижения продукта, услуги, технологии. Частично сформированные умения пояснять содержание задач, реализуемых на каждом этапе разработки программы продвижения продукта, услуги, технологии. Фрагментарное применение навыков обоснования выбора инструментов продвижения продукта, услуги, технологии</p> <p style="text-align: center;"><b>Хорошо</b></p> <p>Сформированы, но содержащие отдельные пробелы знания основных способов продвижения продукта, услуги, технологии. В целом успешные, но содержащие отдельные пробелы умения пояснять содержание задач, реализуемых на каждом этапе разработки программы продвижения продукта, услуги, технологии. Успешное, но содержащее отдельные пробелы применение навыков обоснования выбора инструментов продвижения продукта, услуги, технологии</p> <p style="text-align: center;"><b>Отлично</b></p> <p>Сформированы систематические знания основные способы продвижения продукта, услуги, технологии. Сформировано умение пояснять содержание задач, реализуемых на каждом этапе разработки программы продвижения продукта, услуги, технологии.</p> |



| Компетенция<br>(индикатор) | Планируемые результаты<br>обучения | Критерии оценивания результатов<br>обучения   |
|----------------------------|------------------------------------|---|
|                            |                                    | <p style="text-align: center;"><b>Отлично</b></p> <p>Успешное и систематическое применение навыков обоснования выбора инструментов продвижения продукта, услуги, технологии</p> |

## ПК.5

**Способен реализовать методы принятия управленческих решений, принципы и методы управления изменениями, в т.ч. на основе современных технологий управления персоналом**

| Компетенция<br>(индикатор)  | Планируемые результаты<br>обучения   | Критерии оценивания результатов<br>обучения   |
|---|--|---|
| <p><b>ПК.5.1</b><br/>Применяет методы принятия управленческих решений исходя из целей организации</p> | <p>Знать методы принятия решений сложных управленческих задач. Уметь применять методы принятия решений, используемых при разрешении сложных управленческих задач. Владеть навыками прогнозирования последствий принятия решений.</p> | <p style="text-align: center;"><b>Неудовлетворител</b></p> <p>Не сформировано знание методов принятия решений сложных управленческих задач. Не сформировано умение применять методы принятия решений, используемых при разрешении сложных управленческих задач. Не владеет навыками прогнозирования последствий принятия решений.</p> <p style="text-align: center;"><b>Удовлетворительн</b></p> <p>Общие, но не структурированные знания методов принятия решений сложных управленческих задач. Частично сформировано умение применять методы принятия решений, используемых при разрешении сложных управленческих задач. Фрагментарное применение навыков прогнозирования последствий принятия решений.</p> <p style="text-align: center;"><b>Хорошо</b></p> <p>Сформированные, но содержащие отдельные пробелы в знании методов принятия решений сложных управленческих задач. В целом успешные, но содержащие отдельные пробелы в умениях применять методы принятия решений, используемых при разрешении сложных управленческих задач. В целом успешные, но содержащие отдельные пробелы в применении навыков прогнозирования последствий принятия решений.</p> <p style="text-align: center;"><b>Отлично</b></p> <p>Сформированные систематические знания методов принятия решений сложных</p> |

| <b>Компетенция<br/>(индикатор)</b> | <b>Планируемые результаты<br/>обучения</b> | <b>Критерии оценивания результатов<br/>обучения</b>  |
|------------------------------------|--|--|
|                                    |  | <b>Отлично</b><br>управленческих задач. Сформированное умение применять методы принятия решений, используемых при разрешении сложных управленческих задач. Успешное и систематическое применение навыков прогнозирования последствий принятия решений. |

## Оценочные средства текущего контроля и промежуточной аттестации

Схема доставки : Базовая

**Вид мероприятия промежуточной аттестации :** Зачет

**Способ проведения мероприятия промежуточной аттестации :** Оценка по дисциплине в рамках промежуточной аттестации определяется на основе баллов, набранных обучающимся на контрольных мероприятиях, проводимых в течение учебного периода.

**Максимальное количество баллов :** 100

### Конвертация баллов в отметки

«отлично» - от 81 до 100

«хорошо» - от 61 до 80

«удовлетворительно» - от 43 до 60

«неудовлетворительно» / «незачтено» менее 43 балла

| Компетенция (индикатор)   | Мероприятие текущего контроля   | Контролируемые элементы результатов обучения  |
|---|---|---|
| <b>Входной контроль</b>   | Входной контроль<br><b>Входное тестирование</b>   | Знание основных понятий маркетинга и маркетинговых исследований   |
| <b>ПК.9.1</b><br>Осуществляет работы по составлению технического задания для разработчиков продукта, услуги, технологии | Информация и ее роль в проведении маркетинговых исследований<br><b>Письменное контрольное мероприятие</b> | Знание методов определения проблемы маркетинговых исследований.   |
| <b>ПК.9.1</b><br>Осуществляет работы по составлению технического задания для разработчиков продукта, услуги, технологии | Этика маркетинговых исследований<br><b>Письменное контрольное мероприятие</b>                             | Знание способов определения границы применения того или иного метода проведения маркетинговых исследований и возможные организационные сложности. |
| <b>ПК.9.1</b><br>Осуществляет работы по составлению технического задания для разработчиков продукта, услуги, технологии | Анализ данных маркетинговых исследований<br><b>Итоговое контрольное мероприятие</b>                       | Знать способы подготовки аналитических материалов, позволяющих подбирать оптимальные варианты решения маркетинговых задач бизнеса.                |

### Спецификация мероприятий текущего контроля

#### Входной контроль

Продолжительность проведения мероприятия промежуточной аттестации: **1 часа**

Условия проведения мероприятия: **в часы аудиторной работы**

Максимальный балл, выставляемый за мероприятие промежуточной аттестации: **0**

Проходной балл: **0**

| Показатели оценивания      | Баллы |
|----------------------------|-------|
| 81-100% правильных ответов |       |

|                              |   |
|------------------------------|---|
|                              | 5 |
| 61-80% правильных ответов    | 4 |
| 41-60% правильных ответов    | 3 |
| менее 41% правильных ответов | 2 |

### **Информация и ее роль в проведении маркетинговых исследований**

Продолжительность проведения мероприятия промежуточной аттестации: **1 часа**

Условия проведения мероприятия: **в часы аудиторной работы**

Максимальный балл, выставляемый за мероприятие промежуточной аттестации: **30**

Проходной балл: **13**

| <b>Показатели оценивания</b> | <b>Баллы</b> |
|------------------------------|--------------|
| 81-100% правильных ответов   | 30           |
| 61-80% правильных ответов    | 23           |
| 41-60% правильных ответов    | 17           |
| менее 41% правильных ответов | 12           |

### **Этика маркетинговых исследований**

Продолжительность проведения мероприятия промежуточной аттестации: **1 часа**

Условия проведения мероприятия: **в часы аудиторной работы**

Максимальный балл, выставляемый за мероприятие промежуточной аттестации: **30**

Проходной балл: **13**

| <b>Показатели оценивания</b> | <b>Баллы</b> |
|------------------------------|--------------|
| 81-100% правильных ответов   | 30           |
| 61-80% правильных ответов    | 23           |
| 41-60% правильных ответов    | 17           |
| менее 41% правильных ответов | 12           |

### **Анализ данных маркетинговых исследований**

Продолжительность проведения мероприятия промежуточной аттестации: **1 часа**

Условия проведения мероприятия: **в часы аудиторной работы**

Максимальный балл, выставляемый за мероприятие промежуточной аттестации: **40**

Проходной балл: **17**

| <b>Показатели оценивания</b> | <b>Баллы</b> |
|------------------------------|--------------|
| 81-100% правильных ответов   | 40           |
| 61-80% правильных ответов    | 32           |
| 41-60% правильных ответов    | 23           |
| менее 41% правильных ответов | 16           |

**Вид мероприятия промежуточной аттестации :** Зачет

**Способ проведения мероприятия промежуточной аттестации :** Оценка по дисциплине в рамках промежуточной аттестации определяется на основе баллов, набранных обучающимся на контрольных мероприятиях, проводимых в течение учебного периода.

**Максимальное количество баллов :** 100

**Конвертация баллов в отметки**

«отлично» - от 81 до 100

«хорошо» - от 61 до 80

«удовлетворительно» - от 43 до 60

«неудовлетворительно» / «незачтено» менее 43 балла

| <b>Компетенция<br/>(индикатор)</b>  | <b>Мероприятие<br/>текущего контроля</b>   | <b>Контролируемые элементы<br/>результатов обучения</b>  |
|---|--|--|
| <b>ПК.9.2</b><br>Интерпретирует результаты исследования рынка продукта, услуги, технологии<br><b>ПК.9.1</b><br>Осуществляет работы по составлению технического задания для разработчиков продукта, услуги, технологии | Стадия внедрения продукта на рынок<br><b>Письменное контрольное мероприятие</b>                              | Знание основных этапов работ при организации сбыта рынка продукта, услуги, технологии                                      |
| <b>ПК.9.2</b><br>Интерпретирует результаты исследования рынка продукта, услуги, технологии<br><b>ПК.9.1</b><br>Осуществляет работы по составлению технического задания для разработчиков продукта, услуги, технологии | Особенность разработки и внедрения стартап и IT-продуктов<br><b>Письменное контрольное мероприятие</b>       | Умеет объяснять влияние результатов анализа рынка на принятие решения в области управления продуктом, услугой, технологией |
| <b>ПК.9.2</b><br>Интерпретирует результаты исследования рынка продукта, услуги, технологии<br><b>ПК.9.1</b><br>Осуществляет работы по составлению технического задания для разработчиков продукта, услуги, технологии | Автоматизация управления жизненным циклом продукции и CRM-системы<br><b>Итоговое контрольное мероприятие</b> | Знает алгоритм разработки и внедрения продукта, услуги, технологии с учетом спроса   |

### **Спецификация мероприятий текущего контроля**

**Стадия внедрения продукта на рынок**

Продолжительность проведения мероприятия промежуточной аттестации: **1 часа**

Условия проведения мероприятия: **в часы аудиторной работы**

Максимальный балл, выставяемый за мероприятие промежуточной аттестации: **30**

Проходной балл: **13**

| <b>Показатели оценивания</b> | <b>Баллы</b> |
|------------------------------|--------------|
| 81-100% правильных ответов   | 30           |
| 61-80% правильных ответов    | 23           |
| 41-60% правильных ответов    | 17           |
| менее 41% правильных ответов | 12           |

### **Особенность разработки и внедрения стартап и IT-продуктов**

Продолжительность проведения мероприятия промежуточной аттестации: **1 часа**

Условия проведения мероприятия: **в часы аудиторной работы**

Максимальный балл, выставяемый за мероприятие промежуточной аттестации: **30**

Проходной балл: **13**

| <b>Показатели оценивания</b> | <b>Баллы</b> |
|------------------------------|--------------|
| 81-100% правильных ответов   | 30           |
| 61-80% правильных ответов    | 23           |
| 41-60% правильных ответов    | 17           |
| менее 41% правильных ответов | 12           |

### **Автоматизация управления жизненным циклом продукции и CRM-системы**

Продолжительность проведения мероприятия промежуточной аттестации: **1 часа**

Условия проведения мероприятия: **в часы аудиторной работы**

Максимальный балл, выставяемый за мероприятие промежуточной аттестации: **40**

Проходной балл: **17**

| <b>Показатели оценивания</b> | <b>Баллы</b> |
|------------------------------|--------------|
| 81-100% правильных ответов   | 40           |
| 61-80% правильных ответов    | 32           |
| 41-60% правильных ответов    | 23           |
| менее 41% правильных ответов | 16           |

**Вид мероприятия промежуточной аттестации : Зачет**

**Способ проведения мероприятия промежуточной аттестации :** Оценка по дисциплине в рамках промежуточной аттестации определяется на основе баллов, набранных обучающимся на контрольных мероприятиях, проводимых в течение учебного периода.

**Максимальное количество баллов : 100**

### **Конвертация баллов в отметки**

«отлично» - от 81 до 100

«хорошо» - от 61 до 80

«удовлетворительно» - от 43 до 60

«неудовлетворительно» / «незачтено» менее 43 балла

| <b>Компетенция<br/>(индикатор)</b>  | <b>Мероприятие<br/>текущего контроля</b>   | <b>Контролируемые элементы<br/>результатов обучения</b>   |
|---|--|---|
| <p><b>ПК.9.1</b><br/>Осуществляет работы по составлению технического задания для разработчиков продукта, услуги, технологии</p> <p><b>ПК.9.3</b><br/>Участствует в разработке программы продвижения продукта, услуги, технологии</p> <p><b>ПК.9.2</b><br/>Интерпретирует результаты исследования рынка продукта, услуги, технологии</p> | <p>Стадия роста жизненного цикла продукта</p> <p><b>Письменное контрольное мероприятие</b></p> | <p>Знает этапы создания товара-новинки; типологию методов управления ассортиментом; виды упаковочных материалов и ситуационное их применение в зависимости от функций упаковок; инструментарий товарной политики и его применимости в зависимости от этапа жизненного цикла товара.</p> |
| <p><b>ПК.9.1</b><br/>Осуществляет работы по составлению технического задания для разработчиков продукта, услуги, технологии</p> <p><b>ПК.9.3</b><br/>Участствует в разработке программы продвижения продукта, услуги, технологии</p> <p><b>ПК.9.2</b><br/>Интерпретирует результаты исследования рынка продукта, услуги, технологии</p> | <p>Стадия спада жизненного цикла продукта</p> <p><b>Письменное контрольное мероприятие</b></p> | <p>Знать основные способы продвижения продукта, услуги, технологии.</p>   |
| <p><b>ПК.9.1</b><br/>Осуществляет работы по составлению технического задания для разработчиков продукта, услуги, технологии</p> <p><b>ПК.9.3</b><br/>Участствует в разработке программы продвижения продукта, услуги, технологии</p> <p><b>ПК.9.2</b><br/>Интерпретирует результаты исследования рынка продукта, услуги, технологии</p> | <p>Управление товарным портфелем</p> <p><b>Итоговое контрольное мероприятие</b></p>            | <p>Умеет пояснять содержание задач, реализуемых на каждом этапе разработки программы продвижения продукта, услуги, технологии; обосновать выбор инструментов продвижения продукта, услуги, технологии</p>   |

### Спецификация мероприятий текущего контроля

### Стадия роста жизненного цикла продукта

Продолжительность проведения мероприятия промежуточной аттестации: **1 часа**

Условия проведения мероприятия: **в часы аудиторной работы**

Максимальный балл, выставляемый за мероприятие промежуточной аттестации: **30**

Проходной балл: **13**

| Показатели оценивания      | Баллы |
|----------------------------|-------|
| 81-100% правильных ответов | 30    |
| 61-80% правильных ответов  | 23    |
| 41-60% правильных ответов  | 17    |
| 41% правильных ответов     | 13    |

### Стадия спада жизненного цикла продукта

Продолжительность проведения мероприятия промежуточной аттестации: **1 часа**

Условия проведения мероприятия: **в часы аудиторной работы**

Максимальный балл, выставляемый за мероприятие промежуточной аттестации: **30**

Проходной балл: **13**

| Показатели оценивания      | Баллы |
|----------------------------|-------|
| 81-100% правильных ответов | 30    |
| 61-80% правильных ответов  | 23    |
| 41-60% правильных ответов  | 17    |
| 41% правильных ответов     | 13    |

### Управление товарным портфелем

Продолжительность проведения мероприятия промежуточной аттестации: **1 часа**

Условия проведения мероприятия: **в часы аудиторной работы**

Максимальный балл, выставляемый за мероприятие промежуточной аттестации: **40**

Проходной балл: **17**

| Показатели оценивания      | Баллы |
|----------------------------|-------|
| 81-100% правильных ответов | 40    |
| 61-80% правильных ответов  | 32    |
| 41-60% правильных ответов  | 23    |
| 41% правильных ответов     | 17    |

**Вид мероприятия промежуточной аттестации :** Зачет

**Способ проведения мероприятия промежуточной аттестации :** Оценка по дисциплине в рамках промежуточной аттестации определяется на основе баллов, набранных обучающимся на контрольных мероприятиях, проводимых в течение учебного периода.

**Максимальное количество баллов :** 100

**Конвертация баллов в отметки**



«отлично» - от 81 до 100

«хорошо» - от 61 до 80

«удовлетворительно» - от 50 до 60

«неудовлетворительно» / «незачтено» менее 50 балла

| <b>Компетенция<br/>(индикатор)</b>  | <b>Мероприятие<br/>текущего контроля</b>                                  | <b>Контролируемые элементы<br/>результатов обучения</b>  |
|---|---|--|
| <b>ПК.5.1</b><br>Применяет методы принятия управленческих решений исходя из целей организации | 2. Теория игр<br><b>Письменное контрольное мероприятие</b>                | Называет задачи, решаемые с помощью теории игр; виды игр. Описывает отличия разновидностей игр, используемых при разработке управленческих решений. Аргументирует выбор игр при разработке и принятии управленческих решений   |
| <b>ПК.5.1</b><br>Применяет методы принятия управленческих решений исходя из целей организации | 4. Теория ограничений систем<br><b>Письменное контрольное мероприятие</b> | Определяет понятия ТРИЗ и ТОС, называет или указывает области применения ТРИЗ и ТОС в управленческой деятельности. Умеет выбрать задачу\проблему, решаемую с помощью ТРИЗ или ТОС. Владеет навыками разработки решений с помощью ТРИЗ или ТОС  |
| <b>ПК.5.1</b><br>Применяет методы принятия управленческих решений исходя из целей организации | 6. Теория запутанности<br><b>Итоговое контрольное мероприятие</b>         | Называет виды и особенности экспертных методов принятия решений и области применения теории запутанности. Ориентируется в выборе необходимого экспертного метода. Владеет навыками разработки решений сложных управленческих проблем с помощью экспертных методов и теории запутанности. |

### Спецификация мероприятий текущего контроля

#### 2. Теория игр

Продолжительность проведения мероприятия промежуточной аттестации: **1 часа**

Условия проведения мероприятия: **в часы аудиторной работы**

Максимальный балл, выставляемый за мероприятие промежуточной аттестации: **30**

Проходной балл: **15**

| <b>Показатели оценивания</b> | <b>Баллы</b> |
|------------------------------|--------------|
| Выполнено 81-100% заданий    | 30           |
| Выполнено 61-80% заданий     | 24           |
| Выполнено 41-60% заданий     | 18           |

|                             |    |
|-----------------------------|----|
| Выполнено менее 40% заданий | 14 |
|-----------------------------|----|

#### **4. Теория ограничений систем**

Продолжительность проведения мероприятия промежуточной аттестации: **2 часа**

Условия проведения мероприятия: **в часы аудиторной работы**

Максимальный балл, выставляемый за мероприятие промежуточной аттестации: **30**

Проходной балл: **15**

| <b>Показатели оценивания</b> | <b>Баллы</b> |
|------------------------------|--------------|
| Выполнено 81-100% заданий    | 30           |
| Выполнено 61-80% заданий     | 24           |
| Выполнено 41-60% заданий     | 18           |
| Выполнено менее 40% заданий  | 14           |

#### **6. Теория запутанности**

Продолжительность проведения мероприятия промежуточной аттестации: **2 часа**

Условия проведения мероприятия: **в часы аудиторной работы**

Максимальный балл, выставляемый за мероприятие промежуточной аттестации: **40**

Проходной балл: **20**

| <b>Показатели оценивания</b>          | <b>Баллы</b> |
|---------------------------------------|--------------|
| Выполнено правильно 81-100% заданий   | 40           |
| Выполнено правильно 61-80% заданий    | 32           |
| Выполнено правильно 41-60% заданий    | 24           |
| Выполнено правильно менее 40% заданий | 17           |