

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего
образования «Вятский государственный университет»
(«ВятГУ»)
г. Киров

Утверждаю
Директор/Декан Соболева О. Н.



Номер регистрации
РПД_4-38.03.02.02_2016_55354

Рабочая программа учебной дисциплины
Управление разработкой и внедрением нового продукта

	<small>наименование дисциплины</small>
Квалификация выпускника	Бакалавр пр.
Направление подготовки	38.03.02 <small>шифр</small>
	Менеджмент <small>наименование</small>
Направленность (профиль)	3-38.03.02.02 <small>шифр</small>
	Управление проектами <small>наименование</small>
Формы обучения	Заочная, Очная <small>наименование</small>
Кафедра-разработчик	Кафедра менеджмента и маркетинга (ОРУ) <small>наименование</small>
Выпускающая кафедра	Кафедра менеджмента и маркетинга (ОРУ) <small>наименование</small>

**Сведения о разработчиках рабочей программы учебной дисциплины
Управление разработкой и внедрением нового продукта**

наименование дисциплины

Квалификация выпускника	Бакалавр пр.
Направление подготовки	38.03.02 шифр
	Менеджмент наименование
Направленность (профиль)	3-38.03.02.02 шифр
	Управление проектами наименование
Формы обучения	Заочная, Очная наименование

Разработчики РП

Кандидат наук: кандидат экономических наук, Доцент, Сысолятин Алексей Витальевич
степень, звание, ФИО

Зав. кафедры ведущей дисциплину

Кандидат наук: экономические, Доцент, Фокина Ольга Васильевна
степень, звание, ФИО

РП соответствует требованиям ФГОС ВО

РП соответствует запросам и требованиям работодателей

Концепция учебной дисциплины

Данный курс ориентирован на формирование компетенций, необходимых для применения эффективных методов управления разработкой и внедрением новых товаров на рынок с целью обеспечения эффективной деятельности организации, а также обеспечение приобретения знаний, умения и навыков в области организационно-управленческой и аналитической деятельности, знакомство с методологическими основами, принципами управления новым товаром, понятийным аппаратом и прикладными навыками разработки внедрения нового продукта на рынок.

Цели и задачи учебной дисциплины

Цель учебной дисциплины	Приобретение теоретических знаний и практических навыков в области управления разработкой и внедрением на рынок нового продукта.
Задачи учебной дисциплины	<ul style="list-style-type: none">- изучение процесса разработки нового продукта;- приобретение умений и навыков разработки планов, программ по освоению производства и сбыта нового продукта, выполнению технико-экономического обоснования проекта освоения нового продукта;- приобретение навыков разработки и реализации решений по управлению инструментами маркетинга при внедрении на рынок нового продукта.

Место учебной дисциплины в структуре образовательной программы

Учебная дисциплина входит в блок	Б1
Обеспечивающие (предшествующие) учебные дисциплины и практики	Инвестиции и инвестиционная стратегия Исследование рынка Маркетинг Маркетинговые исследования Маркетинговый анализ деятельности предприятия Управление маркетингом
Обеспечиваемые (последующие) учебные дисциплины и практики	Бизнес-планирование Инновационный менеджмент Лабораторный практикум по предпринимательству Управление финансовыми рисками Финансовый менеджмент

Требования к компетенциям обучающегося, необходимым для освоения учебной дисциплины (предшествующие учебные дисциплины и практики)

Дисциплина: Инвестиции и инвестиционная стратегия

Компетенция ПК-15

умением проводить анализ рыночных и специфических рисков для принятия управленческих решений, в том числе при принятии решений об инвестировании и финансировании		
Знает	Умеет	Имеет навыки и (или) опыт деятельности
современные формы и особенности инвестиционного менеджмента	проводить оценку инвестиционных проектов принимать рациональные решения и эффективно координировать их в процессе управления	методикой управления рисками, взаимосвязи управленческих решений с экономическими, финансовыми, производственными и иными сферами и видами деятельности. способностью проводить оценку инвестиционных проектов при различных условиях инвестирования и финансирования

Дисциплина: Исследование рынка

Компетенция ПК-10

владением навыками количественного и качественного анализа информации при принятии управленческих решений, построения экономических, финансовых и организационно-управленческих моделей путем их адаптации к конкретным задачам управления		
Знает	Умеет	Имеет навыки и (или) опыт деятельности
Математические и алгоритмические основы работы с информацией; Теорию вероятностей и статистические методы обработки экспериментальных данных.	Использовать методы количественного и качественного анализа информации при принятии управленческих решений; Проектировать и создавать экономические, финансовые и организационно-управленческие модели, адаптировать существующие модели к конкретным задачам менеджмента и развития организации.	Методами количественного и качественного анализа информации;

Дисциплина: Исследование рынка

Компетенция ПК-12

<p>умением организовывать и поддерживать связи с деловыми партнерами, используя системы сбора необходимой информации для расширения внешних связей и обмена опытом при реализации проектов, направленных на развитие организации (предприятия, органа государственного и муниципального управления)</p>		
Знает	Умеет	Имеет навыки и (или) опыт деятельности
<p>способы сбора и обработки данных о предпринимательской деятельности хозяйствующих субъектов методики расчета, оценки и прогнозирования показателей, характеризующих внешнеэкономические связи и конкурентоспособность хозяйствующих субъектов</p>	<p>организовывать и поддерживать связи с деловыми партнерами при реализации проектов, направленных на развитие организации (предприятия, органа государственного и муниципального управления)</p>	<p>навыками сбора и обработки необходимых данных о деятельности хозяйствующих субъектов для решения задач в сфере предпринимательства, в том числе по оптимизации способов выхода компании на зарубежные рынки</p>

Дисциплина: Исследование рынка

Компетенция ПК-17

<p>способностью оценивать экономические и социальные условия осуществления предпринимательской деятельности, выявлять новые рыночные возможности и формировать новые бизнес-модели</p>		
Знает	Умеет	Имеет навыки и (или) опыт деятельности
<p>инструменты маркетингового комплекса; инструменты сбора, оценки и обработки информации, нацеленной на проведение рыночных исследований;</p>	<p>проводить рыночные исследования на целевом рынке; формировать обоснованный и целостный информационный отчет по итогам маркетинговых исследований;</p>	<p>навыками использования инструментов маркетинга в разработке маркетинговых планов; методами разработки и реализации маркетинговых программ</p>

Дисциплина: Маркетинг

Компетенция ПК-5

<p>способностью анализировать взаимосвязи между функциональными стратегиями компаний с целью подготовки сбалансированных управленческих решений</p>		
Знает	Умеет	Имеет навыки и (или) опыт деятельности
<p>содержание маркетинговой концепции управления; методы маркетинговых исследований; основы маркетинговых коммуникаций; основы товарной политики. основы политики продвижения.</p>	<p>использовать информацию, полученную в результате маркетинговых исследований; ставить и решать задачи операционного маркетинга;</p>	<p>методами разработки и реализации маркетинговых программ;</p>

особенности сбытовой политики на рынках товаров и услуг.		
--	--	--

Дисциплина: Маркетинговые исследования

Компетенция ПК-10

владением навыками количественного и качественного анализа информации при принятии управленческих решений, построения экономических, финансовых и организационно-управленческих моделей путем их адаптации к конкретным задачам управления		
Знает	Умеет	Имеет навыки и (или) опыт деятельности
цели и методы маркетинговых исследований, факторы, влияющие на поведение потребителей и принятие потребителем решения о покупке; методы современных маркетинговых исследований, результаты практик менеджмента процедуры и программные средства обработки экономической информации, интегрированные информационные технологии управления;	обрабатывать экономическую информацию на основе табличных процессоров, проводить операции с листами данных, консолидацию и анализ данных; выделять целевую информацию для обеспечения управленческих решений грамотно составлять план проведения маркетинговых мероприятий;	методами разработки операционных проектов, создания и описания проекта, управления циклом реализации и ресурсами проекта. методами анализа управленческих решений инструментарием маркетинговых исследований для оценки экономических и социальных условий осуществления предпринимательской деятельности

Дисциплина: Маркетинговый анализ деятельности предприятия

Компетенция ПК-5

способностью анализировать взаимосвязи между функциональными стратегиями компаний с целью подготовки сбалансированных управленческих решений		
Знает	Умеет	Имеет навыки и (или) опыт деятельности
экономические основы маркетинга и практику применения комплекса маркетинга на предприятии или в организации; содержание маркетинговой концепции управления	анализировать ситуацию, складывающуюся на рынке Российской Федерации и за рубежом; использовать информацию, полученную в результате маркетинговых исследований	методикой грамотно составлять план проведения маркетинговых мероприятий, выделять целевые сегменты и группы на различных примерах; методами разработки и реализации маркетинговых программ

Дисциплина: Управление маркетингом

Компетенция ПК-5

способностью анализировать взаимосвязи между функциональными стратегиями компаний с целью подготовки сбалансированных управленческих решений		
Знает	Умеет	Имеет навыки и (или) опыт деятельности
<p>содержание маркетинговой концепции управления; методы маркетинговых исследований; основы маркетинговых коммуникаций; основы товарной политики. основы политики продвижения. особенности сбытовой политики на рынках товаров и услуг.</p>	<p>использовать информацию, полученную в результате маркетинговых исследований; ставить и решать задачи операционного маркетинга;</p>	<p>методами разработки и реализации маркетинговых программ;</p>

Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Компетенция ПК-17

способностью оценивать экономические и социальные условия осуществления предпринимательской деятельности, выявлять новые рыночные возможности и формировать новые бизнес-модели		
Знает	Умеет	Имеет навыки и (или) опыт деятельности
содержание основных факторов определяющих жизнеспособность и эффективность бизнес – идеи; инструменты сбора, оценки и обработки информации, нацеленной на проведение рыночных исследований по внедрению нового товара;	оценивать экономические и социальные условия осуществления предпринимательской деятельности; проводить рыночные исследования на целевом рынке;	навыками использования инструментов маркетинга в разработке нового товара

Структура учебной дисциплины
Тематический план

№ п/п	Наименование разделов учебной дисциплины (модулей, тем)	Часов	ЗЕТ	Шифр формируемых компетенций
1	Сущность и содержание деятельности по управлению разработкой нового продукта	24.00	0.65	ПК-17
2	Анализ рынка и конкурентной среды при принятии решения о разработке нового продукта	20.00	0.60	ПК-17
3	Разработка маркетинговой стратегии внедрения на рынок нового продукта	24.00	0.65	ПК-17
4	Подготовка и сдача промежуточной аттестации	4.00	0.10	ПК-17

Формы промежуточной аттестации

Зачет	6 семестр (Очная форма обучения) 8 семестр (Заочная форма обучения)
Экзамен	Не предусмотрен (Очная форма обучения) Не предусмотрен (Заочная форма обучения)
Курсовая работа	Не предусмотрена (Очная форма обучения) Не предусмотрена (Заочная форма обучения)
Курсовой проект	Не предусмотрена (Очная форма обучения) Не предусмотрена (Заочная форма обучения)

Объем учебной дисциплины и распределение часов по видам учебной работы

Форма обучения	Курсы	Семестры	Общий объем (трудоемкость)		в том числе аудиторная контактная работа обучающихся с преподавателем, час				Самостоятельная работа, час	Курсовая работа (проект), семестр	Зачет, семестр	Экзамен, семестр
			Часов	ЗЕТ	Всего	Лекции	Практические (семинарские) занятия	Лабораторные занятия				
Очная форма обучения	3	6	72	2	36	18	18	0	36		6	
Заочная форма обучения	4	8	72	2	20	12	8	0	52		8	

Содержание учебной дисциплины

Очная форма обучения

Код занятия	Наименование тем (занятий)	Трудоемкость		
		Общая		В т.ч. проводимых в интерактивных формах
		ЗЕТ	Часов	
Модуль 1 «Сущность и содержание деятельности по управлению разработкой нового продукта»		0.65	24.00	6.00
	Лекция			
Л1.1	Инновационная активность как конкурентное преимущество предприятия. Понятие и измерение инновационной активности предприятия		2.00	
Л1.2	Выбор направления поиска и применение различных методов генерации идей при разработке нового продукта		2.00	
Л1.3	Разработка и тестирование концепции нового продукта, концепции упаковки, концепции бренда		2.00	
	Практика, семинар			
П1.1	Инновационная активность как конкурентное преимущество предприятия. Понятие и измерение инновационной активности предприятия		2.00	2.00
П1.2	Этапы разработки нового продукта. Выбор направления поиска и применение различных методов генерации идей при разработке нового продукта.		2.00	2.00
П1.3	Методики оценки и отбора инновационных идей		2.00	2.00
	СРС			
С1.1	Сущность и содержание латерального маркетинга		6.00	
С1.2	Подходы к тестированию		6.00	

	концепции нового продукта, упаковки, бренда	концепции концепции			
Модуль 2 «Анализ рынка и конкурентной среды при принятии решения о разработке нового продукта»			0.60	20.00	6.00
	Лекция				
Л2.1	Классификация типов конкурентного поведения инновационных предприятий			2.00	
Л2.2	Анализ ресурсов и компетенций фирмы при принятии решения о разработке нового продукта. Инновационный потенциал организации			2.00	
Л2.3	Технико-экономическое обоснование проекта освоения нового продукта			2.00	
	Практика, семинар				
П2.1	Основные методы анализа ресурсов и компетенций фирмы при принятии решения о разработке нового продукта			2.00	2.00
П2.2	Основные методы оценки инновационного потенциала организации			2.00	2.00
П2.3	Подходы к технико-экономическому обоснованию проекта освоения нового продукта			2.00	2.00
	СРС				
С2.1	Финансирование инновационной деятельности			8.00	
Модуль 3 «Разработка маркетинговой стратегии внедрения на рынок нового продукта»			0.65	24.00	6.00
	Лекция				
Л3.1	Управление комплексом маркетинга при внедрении на рынок нового продукта			2.00	
Л3.2	Исследование намерений, отношения и поведения потребителей при			2.00	

	внедрении на рынок нового продукта			
ЛЗ.3	Организация и контроль деятельности по разработке и внедрению нового продукта		2.00	
	Практика, семинар			
ПЗ.1	Разработка бизнес-плана создания и развития новых продуктов		2.00	2.00
ПЗ.2	Управление жизненным циклом продукта на рынке		2.00	2.00
ПЗ.3	Основные методы стимулирования инновационной активности персонала и роль руководителя в процессе разработки и внедрения нового продукта		2.00	2.00
	СРС			
СЗ.1	Организационные формы реализации инновационных проектов и принципы построения инновативных структур управления		12.00	
Модуль 4 «Подготовка и сдача промежуточной аттестации»		0.10	4.00	
	Зачет			
34.1	Подготовка к зачету		4.00	
ИТОГО		2	72.00	18.00

Заочная форма обучения

Код занятия	Наименование тем (занятий)	Трудоемкость		
		Общая		В т.ч. проводимых в интерактивных формах
		ЗЕТ	Часов	
Модуль 1 «Сущность и содержание деятельности по управлению разработкой нового продукта»		0.65	24.00	
	Лекция			
Л1.1	Инновационная активность как конкурентное преимущество предприятия. Понятие и измерение инновационной активности предприятия		1.00	

Л1.2	Выбор направления поиска и применение различных методов генерации идей при разработке нового продукта		1.00	
Л1.3	Разработка и тестирование концепции нового продукта, концепции упаковки, концепции бренда		2.00	
	Практика, семинар			
П1.1	Инновационная активность как конкурентное преимущество предприятия. Понятие и измерение инновационной активности предприятия		0.50	
П1.2	Этапы разработки нового продукта. Выбор направления поиска и применение различных методов генерации идей при разработке нового продукта.		1.00	
П1.3	Методики оценки и отбора инновационных идей		0.50	
	СРС			
С1.1	Сущность и содержание латерального маркетинга		9.00	
С1.2	Подходы к тестированию концепции нового продукта, концепции упаковки, концепции бренда		9.00	
Модуль 2 «Анализ рынка и конкурентной среды при принятии решения о разработке нового продукта»		0.60	20.00	
	Лекция			
Л2.1	Классификация типов конкурентного поведения инновационных предприятий		1.00	
Л2.2	Анализ ресурсов и компетенций фирмы при принятии решения о разработке нового продукта. Инновационный потенциал организации		1.00	

Л2.3	Технико-экономическое обоснование проекта освоения нового продукта		2.00	
	Практика, семинар			
П2.1	Основные методы анализа ресурсов и компетенций фирмы при принятии решения о разработке нового продукта		1.00	
П2.2	Основные методы оценки инновационного потенциала организации		1.00	
П2.3	Подходы к технико-экономическому обоснованию проекта освоения нового продукта		1.00	
	СРС			
С2.1	Финансирование инновационной деятельности		13.00	
Модуль 3 «Разработка маркетинговой стратегии внедрения на рынок нового продукта»		0.65	24.00	
	Лекция			
Л3.1	Управление комплексом маркетинга при внедрении на рынок нового продукта		2.00	
Л3.2	Исследование намерений, отношения и поведения потребителей при внедрении на рынок нового продукта		1.00	
Л3.3	Организация и контроль деятельности по разработке и внедрению нового продукта		1.00	
	Практика, семинар			
П3.1	Разработка бизнес-плана создания и развития новых продуктов		1.00	
П3.2	Управление жизненным циклом продукта на рынке		1.00	
П3.3	Основные методы стимулирования инновационной активности персонала и роль руководителя в процессе разработки и внедрения нового продукта		1.00	

	СРС			
С3.1	Организационные формы реализации инновационных проектов и принципы построения инновативных структур управления		17.00	
Модуль 4 «Подготовка и сдача промежуточной аттестации»		0.10	4.00	
	Зачет			
34.1	Подготовка к зачету		4.00	
ИТОГО		2	72.00	

Рабочая программа может использоваться в том числе при обучении по индивидуальному плану, при ускоренном обучении, при применении дистанционных образовательных технологий и электронном обучении.

Описание применяемых образовательных технологий

Код занятия	Наименование тем (занятий)	Объем занятий, проводимых в активных и интерактивных формах, час	Применяемые активные и интерактивные технологии обучения
П1.1	Инновационная активность как конкурентное преимущество предприятия. Понятие и измерение инновационной активности предприятия	2.00	разбор конкретных ситуаций
П1.2	Этапы разработки нового продукта. Выбор направления поиска и применение различных методов генерации идей при разработке нового продукта.	2.00	разбор конкретных ситуаций
П1.3	Методики оценки и отбора инновационных идей	2.00	разбор конкретных ситуаций
П2.1	Основные методы анализа ресурсов и компетенций фирмы при принятии решения о разработке нового продукта	2.00	разбор конкретных ситуаций
П2.2	Основные методы оценки инновационного потенциала организации	2.00	разбор конкретных ситуаций
П2.3	Подходы к технико-экономическому обоснованию проекта освоения нового продукта	2.00	разбор конкретных ситуаций
П3.1	Разработка бизнес-плана создания и развития новых продуктов	2.00	разбор конкретных ситуаций
П3.2	Управление жизненным циклом продукта на рынке	2.00	разбор конкретных ситуаций
П3.3	Основные методы стимулирования инновационной активности персонала и роль руководителя в процессе разработки и внедрения нового продукта	2.00	разбор конкретных ситуаций

При обучении могут применяться дистанционные образовательные технологии и электронное обучение.

Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Успешное освоение учебной дисциплины предполагает активное, творческое участие обучающегося на всех этапах ее освоения путем планомерной, повседневной работы. Обучающийся обязан посещать лекции и семинарские (практические, лабораторные) занятия, получать консультации преподавателя и выполнять самостоятельную работу.

Выбор методов и средств обучения, образовательных технологий осуществляется преподавателем исходя из необходимости достижения обучающимися планируемых результатов освоения дисциплины, а также с учетом индивидуальных возможностей обучающихся из числа инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья.

Организация учебного процесса предусматривает применение инновационных форм учебных занятий, развивающих у обучающихся навыки командной работы, межличностной коммуникации, принятия решений, лидерские качества (включая, при необходимости, проведение интерактивных лекций, групповых дискуссий, ролевых игр, тренингов, анализ ситуаций и имитационных моделей, в том числе с учетом региональных особенностей профессиональной деятельности выпускников и потребностей работодателей).

Изучение дисциплины следует начинать с проработки настоящей рабочей программы, методических указаний и разработок, указанных в программе, особое внимание уделить целям, задачам, структуре и содержанию дисциплины.

Главной задачей каждой лекции является раскрытие сущности темы и анализ ее основных положений. Содержание лекций определяется настоящей рабочей программой дисциплины.

Лекции – это систематическое устное изложение учебного материала. На них обучающийся получает основной объем информации по каждой конкретной теме. Лекции обычно носят проблемный характер и нацелены на освещение наиболее трудных и дискуссионных вопросов, кроме того они способствуют формированию у обучающихся навыков самостоятельной работы с научной литературой.

Предполагается, что обучающиеся приходят на лекции, предварительно проработав соответствующий учебный материал по источникам, рекомендуемым программой. Часто обучающимся трудно разобраться с дискуссионными вопросами, дать однозначный ответ. Преподаватель, сравнивая различные точки зрения, излагает свой взгляд и нацеливает их на дальнейшие исследования и поиск научных решений. После лекции желательно вечером перечитать и закрепить полученную информацию, тогда эффективность ее усвоения значительно возрастает. При работе с конспектом лекции необходимо отметить материал, который вызывает затруднения для понимания, попытаться найти ответы на затруднительные вопросы, используя предлагаемую литературу. Если самостоятельно не удалось разобраться в материале, сформулируйте вопросы и обратитесь за помощью к преподавателю.

Целью практических и лабораторных занятий является проверка уровня понимания обучающимися вопросов, рассмотренных на лекциях и в учебной литературе, степени и качества усвоения материала; применение теоретических знаний в реальной практике решения задач; восполнение пробелов в пройденной теоретической части курса и оказания помощи в его освоении.

Практические (лабораторные) занятия в равной мере направлены на совершенствование индивидуальных навыков решения теоретических и прикладных задач, выработку навыков интеллектуальной работы, а также ведения дискуссий.

Конкретные пропорции разных видов работы в группе, а также способы их оценки определяются преподавателем, ведущим занятия.

На практических (лабораторных) занятиях под руководством преподавателя обучающиеся обсуждают дискуссионные вопросы, отвечают на вопросы тестов, закрепляя приобретенные знания, выполняют практические (лабораторные) задания и т.п. Для успешного проведения практического (лабораторного) занятия обучающемуся следует тщательно подготовиться.

Основной формой подготовки обучающихся к практическим (лабораторным) занятиям является самостоятельная работа с учебно-методическими материалами, научной литературой, статистическими данными и т.п.

Изучив конкретную тему, обучающийся может определить, насколько хорошо он в ней разобрался. Если какие-то моменты остались непонятными, целесообразно составить список вопросов и на занятии задать их преподавателю. Практические (лабораторные) занятия предоставляют обучающемуся возможность творчески раскрыться, проявить инициативу и развить навыки публичного ведения дискуссий и общения, сформировать определенные навыки и умения и т.п.

Самостоятельная работа обучающихся включает в себя выполнение различного рода заданий (изучение учебной и научной литературы, материалов лекций, систематизацию прочитанного материала, подготовку контрольной работы, решение задач и т.п.), которые ориентированы на более глубокое усвоение материала изучаемой дисциплины. По каждой теме учебной дисциплины преподаватель предлагает обучающимся перечень заданий для самостоятельной работы. Самостоятельная работа по учебной дисциплине может осуществляться в различных формах (например: подготовка докладов; написание рефератов; публикация тезисов; научных статей; подготовка и защита курсовой работы / проекта; другие).

К выполнению заданий для самостоятельной работы предъявляются следующие требования: задания должны исполняться самостоятельно либо группой и представляться в установленный срок, а также соответствовать установленным требованиям по оформлению.

Каждую неделю рекомендуется отводить время для повторения пройденного материала, проверяя свои знания, умения и навыки по контрольным вопросам.

Результатом самостоятельной работы должно стать формирование у обучающегося определенных знаний, умений, навыков, компетенций.

Система оценки качества освоения учебной дисциплины включает входной контроль, текущий контроль успеваемости, промежуточную аттестацию.

Текущий контроль успеваемости обеспечивает оценивание хода освоения дисциплины (модуля), промежуточная аттестация обучающихся - оценивание промежуточных и окончательных результатов обучения по дисциплине (модулю) (в том числе результатов курсового проектирования (выполнения курсовых работ)).

При проведении промежуточной аттестации обучающегося учитываются результаты текущей аттестации в течение семестра.

Процедура оценивания результатов освоения учебной дисциплины (модуля) осуществляется на основе действующего Положения об организации текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся ВятГУ.

Для приобретения требуемых компетенций, хороших знаний и высокой оценки по дисциплине обучающимся необходимо выполнять все виды работ своевременно в течение учебного периода.

**Учебно-методическое обеспечение учебной дисциплины, в том числе
учебно-методическое обеспечение для самостоятельной работы
обучающегося по учебной дисциплине**

Учебная литература (основная)

- 1) Бурцева, Т. А. Управление маркетингом в АПК [Электронный ресурс] / Бурцева Т. А.. - Москва : Издательство РГАУ-МСХА имени К.А. Тимирязева, 2011. - 279 с. Полный текст находится в ЭБС "Университетская библиотека онлайн".
- 2) Бурцева, Татьяна Алексеевна. Маркетинговые исследования : практикум / Т. А. Бурцева ; ВГСХА, ЭФ, каф. Маркетинга и стратегического планирования. - Киров : [б. и.], 2012. - 242 с.. - Библиогр.: с. 212-213
- 3) Минько, Э. В. Маркетинг. Учебное пособие [Электронный ресурс] / Минько Э. В.. - М. : Юнити-Дана, 2012. - 352 с. Полный текст находится в ЭБС "Университетская библиотека онлайн".
- 4) Ибрагимов, Л. А. Инфраструктура товарного рынка. Учебное пособие [Электронный ресурс] / Ибрагимов Л. А.. - Москва : Юнити-Дана, 2008. - 360 с. Полный текст находится в ЭБС "Университетская библиотека онлайн".
- 5) Бурцева, Татьяна Алексеевна. Маркетинг : учебно-метод. пособие для студентов экономич. спец. всех профилей подготовки, всех форм обучения / Т. А. Бурцева, О. В. Фокина ; ВятГУ, ФЭМ, каф. МиМ. - Киров : [б. и.], 2015. - 116 с.. - Библиогр.: с. 111
- 6) Бурцева, Татьяна Алексеевна. Управление ассортиментной политикой предприятия в рамках социально-ответственного маркетинга : монография / Т. А. Бурцева ; ВятГУ, ФЭМ, каф. МиМ. - Киров : [б. и.], 2014. - 236 с.. - Библиогр.: с. 178-188
- 7) Савчук, Г. А. Управление маркетингом на предприятии [Электронный ресурс] / Г.А. Савчук. - Екатеринбург : Издательство Уральского университета, 2014. - 117 с. Полный текст находится в ЭБС "Университетская библиотека онлайн".
- 8) Агарков, А. П. Управление инновационной деятельностью [Электронный ресурс] / А.П. Агарков. - Москва : Дашков и Ко, 2014. - 208 с.. - (Учебные издания для бакалавров) Полный текст находится в ЭБС "Университетская библиотека онлайн".
- 9) Власов, А. В. Коммерциализация и маркетинг инноваций [Электронный ресурс] / Власов А. В.. - Москва : Креативная экономика, 2012. - 168 с. Полный текст находится в ЭБС "Университетская библиотека онлайн".
- 10) Гончаренко, Людмила Петровна. Менеджмент инвестиций и инноваций : учебник / Л. П. Гончаренко ; Российская экономическая академия им. Г. В. Плеханова. - Москва : Кнорус, 2014. - 159 с.. - Библиогр.: с. 156-159

11) Инновационный менеджмент : учеб. для академ. бакалавриата / НИУ ВШЭ ; ред. С. В. Мальцева. - Москва : Юрайт, 2014. - 527 с. : ил. - (Академический курс. Бакалавр). - Библиогр.: с. 440-446 (116 назв.), с. 447 (11 назв.)

Учебная литература (дополнительная)

1) Драчев, Олег Иванович. Статистические методы управления качеством : учеб. пособие для студентов высших учебных заведений, обучающихся по направлению подготовки 220600 - Инноватика / О. И. Драчев, А. А. Жилин. - Старый Оскол : ТНТ, 2011. - 147 с. : ил., табл.. - Библиогр.: с. 144-145 (15 назв.)

2) Саксонова, Маргарита Львовна. Экономика предприятия [Электронный ресурс] : учебно-метод. пособие для студентов направления 222000.62 "Инноватика", всех профилей подготовки, всех форм обучения / М. Л. Саксонова ; ВятГУ, ФЭМ, каф. РЭУ. - Киров : [б. и.], 2013. - 61 с.. - Загл. с титул. экрана

3) Каранина, Елена Валерьевна. Инвестиционная стратегия [Электронный ресурс] : учебно-метод. пособие для студентов специальности 080105.65 всех профилей подготовки, всех форм обучения / Е. В. Каранина ; ВятГУ. ФЭМ, кафедра ФЭБ. - Киров : [б. и.], 2014

Учебно-методические издания

1) Бакланова, Юлия Олеговна. Инновационный менеджмент [Электронный ресурс] : учеб.-метод. комплекс дисциплины: квалификация выпускника Бакалавр: направление подготовки 080200.62 Менеджмент: профиль Производственный менеджмент: форма обучения Дневная первое высшее основная программа / Ю. О. Бакланова ; разработ. по заказу ВятГУ, ФЭМ, каф. МиМ, разработ. умкд ВятГУ, ФЭМ, каф. МиМ. - Электрон. текстовые дан.. - Киров : [б. и.], 2012. - . - Загл. с титул. экрана

Периодические издания

1) Маркетинг в России и за рубежом : журн.. - Москва : Изд-во Финпресс На сайте журнала доступен архив полных текстов отдельных статей. (2014г., N1 (99),2 (100); 2013г., N1-6; 2012г., N1-6; 2011г., N1-3,5,6; 2010г., N1-6; 2009г., N1,2; 2008г., N1-6; 2007г., N1-6; 2006г., N1-6; 2005г., N1-6; 2004г., N1-6; 2003г., N1-6; 2002г., N1-5; 2001г., N1-6; 2000г., N1-6; 1999г., N1-6)

2) Маркетинг и маркетинговые исследования. - М. : ЗАО "Издательский дом Гребенникова"(2012г., N1-3; 2011г., N3,5,6; 2010г., N1-3,6; 2009г., N1-6; 2008г., N1-6)

3) Маркетинг. - М. : ЦМИМ, 1991 - (2014г., N1 (134),2 (135); 2012г., N1-6; 2011г., N1-3,5,6; 2009г., N1-5; 2008г., N1-6; 2007г., N1-6; 2006г., N1-6; 2005г., N1-6; 2004г., N1-6; 2003г., N1-6; 2002г., N1-6; 2001г., N1-6; 2000г., N1-6; 1999г., N1-6; 1998г., N1-6; 1997г., N1-6)

4) Практический маркетинг : инф. для маркетинг. решений. - М. : ООО "Агенство VCI Marketing", 1997 - На сайте журнала доступен архив полных текстов. (2009г., N1,7,8; 2008г., N1-6,9-12; 2007г., N1-12; 2006г., N1-12; 2005г., N1-12; 2004г., N1-12)

5) Стратегия России. - Москва : Фонд "Единство во имя России" На сайте журнала доступен архив полных текстов. (2014г., N1 (121),2 (122),3 (123); 2013г., N1-7,8 (116),9 (117),10 (118),11 (119),12 (120))

6) Открытия. Изобретения. Промышленные образцы. Товарные знаки : бюл. / ВНИИПИ. - М. : ВНИИПИ(1982г., N1-37,39-48; 1981г., N1-9,11-40,42-48; 1979г., N1-30,32-48; 1978г., N1-48; 1977г., N1-48; 1976г., N1-48; 1975г., N25-48; 1972г., N1-36; 1971г., N2-36; 1970г., N1-36; 1969г., N1-14,16-36)

Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины

1) Портал дистанционного обучения ВятГУ [электронный ресурс] / - Режим доступа: <http://mooc.do-kirov.ru/>

2) Раздел официального сайта ВятГУ, содержащий описание образовательной программы [электронный ресурс] / - Режим доступа: http://www.vyatsu.ru/php/programms/eduPrograms.php?Program_ID=3-38.03.02.02

3) Личный кабинет студента на официальном сайте ВятГУ [электронный ресурс] / - Режим доступа: <http://student.vyatsu.ru>

Перечень электронно-библиотечных систем (ресурсов) и баз данных для самостоятельной работы

Используемые сторонние электронные библиотечные системы (ЭБС):

- ЭБС «Научная электронная библиотека eLIBRARY» (<http://elibrary.ru/defaultx.asp>)
- ЭБС «Издательства Лань» (<http://e.lanbook.com/>)
- ЭБС «Университетская библиотека online» (www.biblioclub.ru)
- Внутренняя электронно-библиотечная система ВятГУ (<http://lib.vyatsu.ru/>)
- ЭБС «ЮРАЙТ» (<http://biblio-online.ru>)

Используемые информационные базы данных и поисковые системы:

- ГАРАНТ
- КонсультантПлюс
- Техэксперт: Нормы, правила, стандарты
- Роспатент
(http://www1.fips.ru/wps/wcm/connect/content_ru/ru/inform_resources/inform_retrieval_system/)
- Web of Science® (<http://webofscience.com>)

**Описание материально-технической базы, необходимой для
осуществления образовательного процесса**

Перечень специализированного оборудования

Перечень используемого оборудования
КОМПЬЮТЕР в сборе: сист.блок HP dx2400MT, монитор, k+m
МНОГОФУНКЦИОНАЛЬНОЕ УСТРОЙСТВО ЛАЗЕРНОЕ МОНОХРОМНОЕ HP LaserJet Pro M1536
МУЛЬТИМЕДИА-комплект: проектор, экран на штативе
НОУТБУК Acer Aspire 5920G
ПРИНТЕР ЛАЗЕРНЫЙ HP LJ 1220
СКАНЕР HP SCANJET 3500C

Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине

№ п.п	Наименование ПО	Краткая характеристика назначения ПО	Производитель ПО и/или поставщик ПО	Номер договора	Дата договора
1	Программная система с модулями для обнаружения текстовых заимствований в учебных и научных работах «Антиплагиат.ВУЗ»	Программный комплекс для проверки текстов на предмет заимствования из Интернет-источников, в коллекции диссертация и авторефератов Российской государственной библиотеки (РГБ) и коллекции нормативно-правовой документации LEXPRO	ЗАО "Анти-Плагиат"	Лицензионный контракт №314	02 июня 2017
2	MicrosoftOffice 365 StudentAdvantage	Набор веб-сервисов, предоставляющий доступ к различным программам и услугам на основе платформы MicrosoftOffice, электронной почте бизнес-класса, функционалу для общения и управления документами	ООО "Рубикон"	Договор № 199/16/223-ЭА	30 января 2017
3	Office Professional Plus 2013 Russian OLP NL Academic.	Пакет приложений для работы с различными типами документов: текстами, электронными таблицами, базами данных, презентациями	ООО "СофтЛайн" (Москва)	ГПД 14/58	07.07.2014
4	Windows 7 Professional and Professional K	Операционная система	ООО "Рубикон"	Договор № 199/16/223-ЭА	30 января 2017
5	Kaspersky Endpoint Security длябизнеса	Антивирусное программное обеспечение	ООО «Рубикон»	Лицензионный договор №647-05/16	31 мая 2016
6	Информационная система КонсультантПлюс	Справочно-правовая система по законодательству Российской Федерации	ООО «КонсультантКиров»	Договор № 559-2017-ЕП Контракт № 149/17/44-ЭА	13 июня 2017 12 сентября 2017
7	Электронный периодический	Справочно-правовая система по законодательству Российской Федерации	ООО «Гарант-Сервис»	Договор об информационно-	01 сентября 2017

	справочник «Система ГАРАНТ»			правовом сотрудничестве №УЗ-43-01.09.2017-69	
8	SecurityEssentials (Защитник Windows)	Защита в режиме реального времени от шпионского программного обеспечения, вирусов.	ООО «Рубикон»	Договор № 199/16/223-ЭА	30 января 2017
9	МойОфис Стандартный	Набор приложений для работы с документами, почтой, календарями и контактами на компьютерах и веб браузерах	ООО «Рубикон»	Контракт № 332/17/44-ЭА	05 февраля 2018

ФОНДЫ ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ
Приложение к рабочей программе по учебной дисциплине
Управление разработкой и внедрением нового продукта

	<small>наименование дисциплины</small>
Квалификация выпускника	Бакалавр пр.
Направление подготовки	38.03.02 <small>шифр</small>
	Менеджмент <small>наименование</small>
Направленность (профиль)	<small>шифр</small> Управление проектами <small>наименование</small>
Формы обучения	Заочная, Очная <small>наименование</small>
Кафедра-разработчик	Кафедра менеджмента и маркетинга (ОРУ) <small>наименование</small>
Выпускающая кафедра	Кафедра менеджмента и маркетинга (ОРУ) <small>наименование</small>

Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания

Этап: Входной контроль знаний по учебной дисциплине

Результаты контроля знаний на данном этапе оцениваются по следующей шкале с оценками: отлично, хорошо, удовлетворительно, неудовлетворительно

	Показатель		
	знает	умеет	имеет навыки и (или) опыт деятельности
Оценка	содержание основных факторов определяющих жизнеспособность и эффективность бизнес – идеи; инструменты сбора, оценки и обработки информации, нацеленной на проведение рыночных исследований по внедрению нового товара;	оценивать экономические и социальные условия осуществления предпринимательской деятельности; проводить рыночные исследования на целевом рынке;	навыками использования инструментов маркетинга в разработке нового товара
	Критерий оценивания		
	знает	умеет	имеет навыки и (или) опыт деятельности
Отлично	основные понятия маркетинга, функции и принципы маркетинга, методы проведения маркетинговых исследований, основные средства комплекса маркетинга, методы стратегического планирования, основы принятия управленческих решений	анализировать рынок и конкурентов, выявлять новые возможности предприятия, разрабатывать комплекс маркетинга, планировать маркетинговые мероприятия, принимать управленческие решения	навыками проведения маркетинговых исследований, осуществления стратегического маркетингового планирования, методами сбора маркетинговой информации, методами маркетинга

Хорошо	<p>Проявляет знания, указанные в требованиях на оценку «отлично», но при этом совершает отдельные не критичные ошибки, не искажающие сути рассматриваемого вопроса</p> <p>Не в полной мере владеет теоретическим материалом в требуемом объеме, но в целом понимает общую картину рассматриваемой тематики, вопроса</p>	<p>Проявляет умения, указанные в требованиях на оценку «отлично», но при этом совершает не критичные ошибки, не искажающие итогового результата</p> <p>Не в полной мере способен проявить отдельные практические умения, требуемые для будущей профессиональной деятельности, но в целом ими обладает</p>	<p>На среднем уровне владеет навыками, указанными в требованиях на оценку «отлично». Уровень владения навыками не полностью развит, что может привести к возникновению отдельных не критичных ошибок</p> <p>Отдельные практические навыки сформированы не в полной мере, но в целом готов к их применению</p>
Удовлетворительно	<p>Проявляет знания, указанные в требованиях на оценку «отлично», но при этом совершает значительное количество не критичных ошибок, не искажающие, тем не менее, сути рассматриваемого вопроса</p> <p>Не в полной мере владеет теоретическим материалом в требуемом объеме, но в целом понимает общую картину рассматриваемой тематики, вопроса</p>	<p>Проявляет умения, указанные в требованиях на оценку «отлично», но при этом совершает значительное количество не критичных ошибок, не искажающих итогового результата</p> <p>Не в полной мере способен проявить значительную часть практических умений, требуемые для будущей профессиональной деятельности, но в целом ими обладает</p>	<p>На низком уровне владеет навыками, указанными в требованиях на оценку «отлично». Уровень владения навыками находится в начальной степени формирования, что может привести к возникновению значительного количества не критичных ошибок</p> <p>Значительная часть практических навыков сформирована не в полной мере, но в целом готов к их применению</p>

Этап: Текущий контроль успеваемости по учебной дисциплине

Результаты контроля знаний на данном этапе оцениваются по следующей шкале с оценками: аттестовано, не аттестовано

	Показатель		
	знает	умеет	имеет навыки и (или) опыт деятельности
Оценка	содержание основных факторов определяющих жизнеспособность и эффективность бизнес – идеи; инструменты сбора, оценки и обработки информации, нацеленной на проведение рыночных исследований по внедрению нового товара;	оценивать экономические и социальные условия осуществления предпринимательской деятельности; проводить рыночные исследования на целевом рынке;	навыками использования инструментов маркетинга в разработке нового товара
	Критерий оценивания		
	знает	умеет	имеет навыки и (или) опыт деятельности
Аттестовано	Теоретические и методические подходы к разработке маркетинговой стратегии внедрения на рынок нового продукта, планированию и осуществлению мероприятий, направленных на ее реализации; особенности маркетинговой программы на различных стадиях ЖЦТ; теоретические и методические подходы к внедрению продуктовых инноваций; принципы построения инновативных структур управления, организационные	Находить организационно-управленческие решения: выполнять анализ текущей ситуации, разрабатывать и оценивать альтернативы, определять ограничения и критерии выбора решения, разрабатывать программы реализации и контроля принятых решений по разработке и внедрению новых продуктов; оценивать условия и последствия принимаемых организационно-управленческих решений: выполнять технико-экономическое	методами количественного анализа и моделирования, теоретического и экспериментального исследования; методикой анализа конкурентной среды отрасли: владеть навыками диагностики конкурентной среды, применения модели пяти сил М. Портера, построения конкурентных и позиционных карт, выбора типа конкурентного поведения; методами оценки инвестиционных проектов по разработке нового продукта при различных условиях инвестирования и

	<p>формы реализации инновационных проектов, методы стимулирования инновационной активности персонала, содержание контроля деятельности по внедрению продуктовых инноваций.</p>	<p>обоснование проектов по разработке и внедрению новых продуктов; анализировать поведение потребителей экономических благ и формирование спроса на новый продукт: собирать, обрабатывать и анализировать мнения потребителей, учитывать характеристики потребителя и тип поведения при разработке маркетинговых стратегий и программ по формированию спроса на новый продукт; находить и оценивать новые рыночные возможности и формулировать бизнес-идею: выполнять SWOT-анализ; исследовать рынок и выявлять резервы роста; применять методы генерации и отбора идей.</p>	<p>финансирования: владеть навыками выбора источников финансирования инновационной деятельности, применения многомерных и финансовых методов оценки проектов, показателей оценки эффективности инвестиций, учета величины риска; навыками разработки бизнес-планов создания и развития новых продуктов.</p>
--	--	--	---

Этап: Промежуточная аттестация по учебной дисциплине в форме зачета

Результаты контроля знаний на данном этапе оцениваются по следующей шкале с оценками: зачтено, не зачтено

	Показатель		
Оценка	знает	умеет	имеет навыки и (или) опыт деятельности
	содержание основных факторов	оценивать экономические и	навыками использования

	определяющих жизнеспособность и эффективность бизнес – идеи; инструменты сбора, оценки и обработки информации, нацеленной на проведение рыночных исследований по внедрению нового товара;	социальные условия осуществления предпринимательской деятельности; проводить рыночные исследования на целевом рынке;	инструментов маркетинга в разработке нового товара
	Критерий оценивания		
	знает	умеет	имеет навыки и (или) опыт деятельности
Зачтено	Теоретические и методические подходы к разработке маркетинговой стратегии внедрения на рынок нового продукта, планированию и осуществлению мероприятий, направленных на ее реализации: содержание маркетинговой стратегии и этапы ее разработки, стратегии ценообразования, распределения, маркетинговых коммуникаций, структуру и порядок разработки плана маркетинга, методы ценообразования, показатели оценки канала распределения, показатели медиаплана, особенности маркетинговой программы на различных стадиях ЖЦТ; теоретические и методические подходы к	Находить организационно-управленческие решения: выполнять анализ текущей ситуации, разрабатывать и оценивать альтернативы, определять ограничения и критерии выбора решения, разрабатывать программы реализации и контроля принятых решений по разработке и внедрению новых продуктов; оценивать условия и последствия принимаемых организационно-управленческих решений: выполнять технико-экономическое обоснование проектов по разработке и внедрению новых продуктов; анализировать поведение потребителей экономических благ и формирование спроса на новый	методами количественного анализа и моделирования, теоретического и экспериментального исследования; методикой анализа конкурентной среды отрасли: владеть навыками диагностики конкурентной среды, применения модели пяти сил М. Портера, построения конкурентных и позиционных карт, выбора типа конкурентного поведения; методами оценки инвестиционных проектов по разработке нового продукта при различных условиях инвестирования и финансирования: владеть навыками выбора источников финансирования инновационной деятельности, применения многомерных и финансовых методов оценки проектов,

	<p>внедрению продуктовых инноваций: определение и классификацию новых продуктов, этапы разработки нового продукта, определение и стадии ЖЦТ, принципы построения инновативных структур управления, организационные формы реализации инновационных проектов, методы стимулирования инновационной активности персонала, содержание контроля деятельности по внедрению продуктовых инноваций.</p>	<p>продукт: собирать, обрабатывать и анализировать мнения потребителей, учитывать характеристики потребителя и тип поведения при разработке маркетинговых стратегий и программ по формированию спроса на новый продукт; находить и оценивать новые рыночные возможности и формулировать бизнес-идею: выполнять SWOT-анализ; исследовать рынок и выявлять резервы роста; применять методы генерации и отбора идей.</p>	<p>показателей оценки эффективности инвестиций, учета величины риска; навыками разработки бизнес-планов создания и развития новых продуктов.</p>
--	--	---	--

**Типовые контрольные задания или иные материалы,
необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта
деятельности, характеризующих этапы формирования
компетенций в процессе освоения образовательной программы**

Этап: проведение входного контроля по учебной дисциплине

Текст вопроса	Компетенции	Вид вопроса	Уровень сложности	Элементы усвоения	Кол-во ответов
Исследование, выполняемое перед основным исследованием, - это	ПК-17	Теоретический	Репродуктивный	[А] Термины	4
Вопросы, на которые опрашиваемый отвечает своими словами, - это	ПК-17	Теоретический	Репродуктивный	[А] Термины	4
Некоторое отображение системы чисел на совокупность характеристик элементов эмпирической системы, - это	ПК-17	Теоретический	Репродуктивный	[А] Термины	4
Управление проектом это:	ПК-17	Теоретический	Конструктивный	[В] Понятия	4
Содержание проекта — это:	ПК-17	Теоретический	Конструктивный	[В] Понятия	4
Жизненный цикл инвестиционного проекта - это:	ПК-17	Теоретический	Репродуктивный	[А] Термины	4
Базовый план проекта образуется:	ПК-17	Теоретический	Конструктивный	[В] Причинно-следственные связи	4
Исследование, состоящее из исследования внутренней и внешней среды фирмы, - это	ПК-17	Теоретический	Конструктивный	[В] Понятия	4
Выявление меры наличия какого-либо качества у объекта в ряду ему подобных, - это	ПК-17	Теоретический	Репродуктивный	[А] Термины	4

Этап: проведение текущего контроля успеваемости по учебной дисциплине

Текст вопроса	Компетенции	Вид вопроса	Уровень сложности	Элементы усвоения	Кол-во ответов
---------------	-------------	-------------	-------------------	-------------------	----------------

Степень сбалансированности рынка - это	ПК-17	Теоретический	Конструктивный	[В] Понятия	4
Трендовая модель строится:	ПК-17	Теоретический	Репродуктивный	[А] Термины	4
Микросреда маркетинга - это:	ПК-17	Теоретический	Репродуктивный	[А] Термины	4
Макросреда маркетинга - это:	ПК-17	Теоретический	Конструктивный	[В] Понятия	4
Окружающая среда маркетинга - это	ПК-17	Теоретический	Конструктивный	[В] Понятия	4
Товар - это	ПК-17	Теоретический	Конструктивный	[В] Понятия	4
Венчурный бизнес - это	ПК-17	Теоретический	Конструктивный	[В] Понятия	4
Фирма, предлагающая, в частности, услуги по ремонту и модернизации ноутбука относится к типу инновационного поведения	ПК-17	Теоретический	Конструктивный	[В] Представления	4
Для выбора наилучшего варианта реализации инновационного проекта на основе расчетов вероятностей получения результатов по каждому из альтернативных вариантов:	ПК-17	Теоретический	Конструктивный	[В] Причинно-следственные связи	4
Построение новых каналов сбыта и использование новых форм и средств коммуникационной политики относится к области инноваций:	ПК-17	Теоретический	Репродуктивный	[А] Термины	4
Правила принятия решений в отношении проектов «хлеб с маслом» гласят:	ПК-17	Теоретический	Репродуктивный	[А] Термины	4
Предприятие, стремясь следовать за группами лидеров, повторяя их достижения, используя свои рыночные и технологические позиции использует стратегию:	ПК-17	Теоретический	Репродуктивный	[А] Термины	4
Разработка товара заключается:	ПК-17	Теоретический	Конструктивный	[В] Представления	4
Фирмы-пациенты - это:	ПК-17	Теоретический	Конструктивный	[В] Понятия	4
Главной целью инновационного процесса являются:	ПК-17	Теоретический	Конструктивный	[В] Представления	4
Исследования, протекающие в реальных условиях, -	ПК-17	Теоретический	Репродуктивный	[А] Термины	4

это					
Информация, собранная впервые для какой-либо конкретной цели, - это	ПК-17	Теоретический	Репродуктивный	[А] Термины	4
Вопрос, заключающий в себе все возможные варианты ответов, опрашиваемый выбирает один из них, - это	ПК-17	Теоретический	Репродуктивный	[А] Термины	4
Метод сбора первичной информации, при котором осуществляется изучение поведения объекта исследования в реальной обстановке, - это	ПК-17	Теоретический	Конструктивный	[В] Понятия	4
Исследования, проходящие в искусственной обстановке, - это	ПК-17	Теоретический	Конструктивный	[В] Понятия	4
Метод сбора первичной информации, при котором осуществляется устное или письменное обращение к потребителям с вопросами, содержание которых составляет проблему исследования, - это	ПК-17	Теоретический	Репродуктивный	[А] Термины	4
Метод сбора первичной информации, при котором исследователь отбирает сопоставимые между собой субъекты, создает для этих групп разную обстановку, - это	ПК-17	Теоретический	Репродуктивный	[А] Термины	4
Сбор первичных маркетинговых данных с помощью опроса, наблюдения, эксперимента, имитационного моделирования и сбор вторичной маркетинговой информации с помощью анализа документов, - это	ПК-17	Теоретический	Конструктивный	[В] Понятия	4
Целью пилотажного исследования является:	ПК-17	Теоретический	Репродуктивный	[А] Термины	4

Школа Лайкерта, - это	ПК-17	Теоретический	Репродуктивный	[A] Термины	4
Точность измерений по отношению к тому, что существует в реальности характеризует:	ПК-17	Теоретический	Репродуктивный	[A] Термины	4
По масштабу распространения проблемы исследования классифицируются на:	ПК-17	Теоретический	Репродуктивный	[A] Термины	4
Позволяет быстро оценить проблему и задействует опыт профессионалов, прием осмысления проблемы, как	ПК-17	Теоретический	Репродуктивный	[A] Термины	4
Цели маркетинговых исследований, предусматривающие отбор перспективных вариантов или оценку правильности принятых решений, - это	ПК-17	Теоретический	Конструктивный	[B] Понятия	4
Эксперимент, который проводится в домашних условиях, при этом участникам предлагается в домашней обстановке опробовать тестируемый товар, - это	ПК-17	Теоретический	Репродуктивный	[A] Термины	4
Если наблюдаемым известно о проводящемся наблюдении, исследователи заранее предупреждают их об этом, то говорят о наблюдении:	ПК-17	Теоретический	Репродуктивный	[A] Термины	4
По форме предлагаемого ответа вопросы бывают:	ПК-17	Теоретический	Репродуктивный	[A] Термины	4
Некоторое отображение системы чисел на совокупность характеристик элементов эмпирической системы, - это	ПК-17	Теоретический	Репродуктивный	[A] Термины	4
Совокупность методов сбора и оценки маркетинговой информации, содержащейся в источниках, подготовленных для каких-либо иных целей,	ПК-17	Теоретический	Конструктивный	[B] Понятия	4

- это					
К специфическим источникам информации относится:	ПК-17	Теоретический	Репродуктивный	[А] Термины	4
К видам неслучайных выборок относят:	ПК-17	Теоретический	Репродуктивный	[А] Термины	4
Лицо (лица), процесс, результат этого процесса или явление, выступающие носителями или источниками проблемы, - это	ПК-17	Теоретический	Конструктивный	[В] Понятия	4
Информационные источники предприятия, позволяющие осуществлять количественные и качественные исследования, - это	ПК-17	Теоретический	Конструктивный	[В] Понятия	4
Метод сбора первичной информации, при котором исследователь отбирает сопоставимые между собой субъекты, создает для этих групп разную обстановку, - это	ПК-17	Теоретический	Конструктивный	[В] Представления	4
Школа Лайкерта, - это	ПК-17	Теоретический	Конструктивный	[В] Представления	4
Семибальная шкала с крайними точками, являющимися противоположными отметками, - это	ПК-17	Теоретический	Конструктивный	[В] Представления	4
Информация, позволяющая установить в конкретных числовых величинах сведения о состоянии исследуемых объектах, - это	ПК-17	Теоретический	Конструктивный	[В] Понятия	4
Целью пилотажного исследования является:	ПК-17	Теоретический	Репродуктивный	[А] Термины	4
Цели маркетинговых исследований, предусматривающие отбор перспективных вариантов или оценку правильности принятых решений, - это	ПК-17	Теоретический	Конструктивный	[В] Понятия	4
Эксперимент, который проводится в домашних условиях, при этом участникам предлагается в домашней обстановке	ПК-17	Теоретический	Конструктивный	[В] Понятия	4

опробовать тестируемый товар, - это					
К специфическим источникам информации относится:	ПК-17	Теоретический	Репродуктивный	[А] Термины	4
Ситуационный анализ - это:	ПК-17	Теоретический	Репродуктивный	[А] Термины	4
Устойчивость рынка определяется:	ПК-17	Теоретический	Конструктивный	[В] Причинно-следственные связи	4
Однородность сегмента проявляется	ПК-17	Теоретический	Конструктивный	[В] Представления	4
Условия эффективности сегментации:	ПК-17	Теоретический	Репродуктивный	[А] Термины	4
Эффективной стратегией для фирмы, не имеющей собственного разработанного продукта является	ПК-17	Теоретический	Репродуктивный	[А] Термины	4
В качестве основного при оценке эффективности инновационного проекта не используется показатель	ПК-17	Теоретический	Конструктивный	[В] Представления	4
Риск, связанный с патентной защитой прав участников инновационной деятельности возникает:	ПК-17	Теоретический	Репродуктивный	[А] Термины	4
Характеристика "Сбыт слабый, покупатели - новаторы, количество конкурентов - незначительное, затраты на маркетинг - большие" соответствует этапу ЖЦТ:	ПК-17	Теоретический	Конструктивный	[В] Причинно-следственные связи	4
Этап коммерциализации материального нововведения включает фазы внедрения (пробного размещения на рынке) и...:	ПК-17	Теоретический	Репродуктивный	[А] Термины	4
Роль маркетингового анализа заключается в следующем:	ПК-17	Теоретический	Репродуктивный	[А] Факты	4
Конкурентоспособность товара проявляется в следующем:	ПК-17	Теоретический	Конструктивный	[В] Представления	4
Технологические инновации - это:	ПК-17	Теоретический	Репродуктивный	[А] Термины	4
Этап жизненного	ПК-17	Теоретический	Конструктивный	[В]	4

цикла, который характеризуется периодом быстрого восприятия товара рынком и ростом прибыли, - это:				Представления	
Сегментация рынка - это:	ПК-17	Теоретический	Репродуктивный	[А] Термины	4
Емкость рынка - это:	ПК-17	Теоретический	Репродуктивный	[А] Термины	4
Информация, позволяющая установить в конкретных числовых величинах сведения о состоянии исследуемых объектах, - это	ПК-17	Теоретический	Репродуктивный	[А] Термины	4
Информационные источники предприятия, позволяющие осуществлять количественные и качественные исследования, - это	ПК-17	Теоретический	Репродуктивный	[А] Термины	4
Постоянно функционирующая выборочная совокупность семейств, регулярно поставляющих подробную информацию по программе, разрабатываемой маркетинговой службой фирмы или правительственным учреждением, - это	ПК-17	Теоретический	Конструктивный	[В] Понятия	4
Группа из 8-12 человек, среди которых модератор проводит интервью по какой-либо теме или проблеме, - это	ПК-17	Теоретический	Конструктивный	[В] Понятия	4
Объем реализуемого в регионе (стране) товара в течение одного года, рассчитанный на основе данных национальной промышленной или неторговой статистики, - это	ПК-17	Теоретический	Конструктивный	[В] Понятия	4
Сегмент населения, призванный олицетворять собой население в целом, - это	ПК-17	Теоретический	Конструктивный	[В] Понятия	4
Система обработки	ПК-17	Теоретический	Конструктивный	[В] Понятия	4

имеющихся данных для принятия решения по изучаемым проблемам и планированию путей их разрешения, - это					
Совокупность операций, с помощью которых понятия расчлняются на составляющие элементы, способные в совокупности описывать их содержание, - это	ПК-17	Теоретический	Конструктивный	[В] Понятия	4
Невозможность добиться посредством лишь передачи информации желаемого результата, - это	ПК-17	Теоретический	Конструктивный	[В] Понятия	4
Метод расчета объема выборки, при котором объем выборки определяется на уровне 5-10% от генеральной совокупности, называется:	ПК-17	Теоретический	Репродуктивный	[А] Термины	4

Этап: проведение промежуточной аттестации по учебной дисциплине

Текст вопроса	Компетенции	Вид вопроса	Уровень сложности	Элементы усвоения	Кол-во ответов
16. Анализ ресурсов и компетенций фирмы при принятии решения о разработке нового продукта. Инновационный потенциал организации	ПК-17	Теоретический	Репродуктивный	[А] Термины	
15. Классификация типов конкурентного поведения инновационных предприятий	ПК-17	Теоретический	Репродуктивный	[А] Термины	
14. Анализ рынка и конкурентной среды при принятии решения о разработке нового продукта	ПК-17	Теоретический	Репродуктивный	[А] Термины	

13. Сущность и содержание нейминга	ПК-17	Теоретический	Репродуктивный	[A] Термины	
12. Разработка и тестирование концепции бренда	ПК-17	Теоретический	Репродуктивный	[A] Термины	
11. Разработка и тестирование концепции упаковки	ПК-17	Теоретический	Репродуктивный	[A] Термины	
10. Разработка и тестирование концепции нового продукта	ПК-17	Теоретический	Репродуктивный	[A] Термины	
9. Сущность и содержание стратегии голубого океана	ПК-17	Теоретический	Репродуктивный	[A] Термины	
8. Сущность и содержание латерального маркетинга	ПК-17	Теоретический	Репродуктивный	[A] Термины	
7. Методики оценки и отбора инновационных идей	ПК-17	Теоретический	Репродуктивный	[A] Термины	
6. Выбор направления поиска и применение различных методов генерации идей при разработке нового продукта	ПК-17	Теоретический	Репродуктивный	[A] Термины	
5. Этапы разработки нового продукта	ПК-17	Теоретический	Репродуктивный	[A] Термины	
4. Инновационный маркетинг как особый вид инновационной деятельности	ПК-17	Теоретический	Репродуктивный	[A] Термины	
3. Понятие и измерение инновационной активности предприятия	ПК-17	Теоретический	Репродуктивный	[A] Термины	
2. Инновационная активность как конкурентное преимущество предприятия	ПК-17	Теоретический	Репродуктивный	[A] Термины	
1. Сущность и содержание деятельности по управлению разработкой нового продукта	ПК-17	Теоретический	Репродуктивный	[A] Термины	

Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций

Этап: Входной контроль знаний по учебной дисциплине Письменный опрос, проводимый во время аудиторных занятий

Цель процедуры:

Целью проведения входного контроля по дисциплине является выявление уровня знаний, умений, навыков обучающихся, необходимых для успешного освоения дисциплины, а также для определения преподавателем путей ликвидации недостающих у обучающихся знаний, умений, навыков.

Субъекты, на которых направлена процедура:

Процедура оценивания должна, как правило, охватывать всех обучающихся, приступивших к освоению дисциплины (модуля). Допускается неполный охват обучающихся, в случае наличия у них уважительных причин для отсутствия на занятии, на котором проводится процедура оценивания.

Период проведения процедуры:

Процедура оценивания проводится в начале периода обучения (семестра, модуля) на одном из первых занятий семинарского типа (семинары, практические занятия, практикумы, лабораторные работы, коллоквиумы и иные аналогичные занятия).

Требования к помещениям и материально-техническим средствам для проведения процедуры:

Требования к аудитории для проведения процедуры и необходимости применения специализированных материально-технических средств определяются преподавателем.

Требования к кадровому обеспечению проведения процедуры:

Процедуру проводит преподаватель, ведущий дисциплину (модуль), как правило, проводящий занятия лекционного типа.

Требования к банку оценочных средств:

До начала проведения процедуры преподавателем подготавливается необходимый банк оценочных материалов для оценки знаний, умений, навыков. Банк оценочных материалов может включать вопросы открытого и закрытого типа. Из банка оценочных материалов формируются печатные бланки индивидуальных заданий. Количество вопросов, их вид (открытые или закрытые) в бланке индивидуального задания определяется преподавателем самостоятельно.

Описание проведения процедуры:

Каждому обучающемуся, принимающему участие в процедуре преподавателем выдается бланк индивидуального задания. После получения бланка индивидуального задания и подготовки ответов обучающийся должен в меру имеющихся знаний, умений, навыков, сформированности компетенции дать развернутые ответы на поставленные в задании открытые вопросы и ответить на вопросы закрытого типа в установленное преподавателем время. Продолжительность проведения процедуры определяется преподавателем самостоятельно, исходя из сложности индивидуальных заданий,

количества вопросов, объема оцениваемого учебного материала, общей трудоемкости изучаемой дисциплины (модуля) и других факторов. При этом продолжительность проведения процедуры не должна, как правило, превышать двух академических часов.

Шкалы оценивания результатов проведения процедуры:

Результаты проведения процедуры проверяются преподавателем и оцениваются с применением четырехбалльной шкалы с оценками:

- «отлично»;
- «хорошо»;
- «удовлетворительно»;
- «неудовлетворительно».

Преподаватель вправе применять иные, более детальные шкалы (например, стобалльную) в качестве промежуточных, но с обязательным дальнейшим переводом в четырехбалльную шкалу.

Результаты процедуры:

Результаты проведения процедуры в обязательном порядке доводятся до сведения обучающихся на ближайшем занятии после занятия, на котором проводилась процедура оценивания.

По результатам проведения процедуры оценивания преподавателем определяются пути ликвидации недостающих у обучающихся знаний, умений, навыков за счет внесения корректировок в планы проведения учебных занятий.

По результатам проведения процедуры оценивания обучающиеся, показавшие неудовлетворительные результаты, должны интенсифицировать свою самостоятельную работу с целью ликвидации недостающих знаний, умений, навыков.

Результаты данной процедуры могут быть учтены преподавателем при проведении процедур текущего контроля знаний по дисциплине (модулю).

Этап: Текущий контроль успеваемости по учебной дисциплине Письменный опрос, проводимый во время аудиторных занятий

Цель процедуры:

Целью текущего контроля успеваемости по дисциплине (модулю) является оценка уровня выполнения обучающимися самостоятельной работы и систематической проверки уровня усвоения обучающимися знаний, приобретения умений, навыков и динамики формирования компетенций в процессе обучения.

Субъекты, на которых направлена процедура:

Процедура оценивания должна охватывать всех без исключения обучающихся, осваивающих дисциплину (модуль) и обучающихся на очной и очно-заочной формах обучения. В случае, если обучающийся не проходил процедуру без уважительных причин, то он считается получившим оценку «не аттестовано». Для обучающихся на заочной форме процедура оценивания не проводится.

Период проведения процедуры:

Процедура оценивания проводится неоднократно в течение периода обучения (семестра, модуля).

Требования к помещениям и материально-техническим средствам для проведения процедуры:

Требования к аудитории для проведения процедуры и необходимости применения специализированных материально-технических средств определяются преподавателем.

Требования к кадровому обеспечению проведения процедуры:

Процедуру проводит преподаватель, ведущий дисциплину (модуль), как правило, проводящий занятия лекционного типа.

Требования к банку оценочных средств:

До начала проведения процедуры преподавателем подготавливается необходимый банк оценочных материалов для оценки знаний, умений, навыков. Банк оценочных материалов может включать вопросы открытого и закрытого типа, перечень тем, выносимых на опрос, типовые задания. Из банка оценочных материалов формируются печатные бланки индивидуальных заданий. Количество вопросов, их вид (открытые или закрытые) в бланке индивидуального задания определяется преподавателем самостоятельно.

Описание проведения процедуры:

Каждому обучающемуся, принимающему участие в процедуре преподавателем выдается бланк индивидуального задания. После получения бланка индивидуального задания и подготовки ответов обучающийся должен в меру имеющихся знаний, умений, навыков, сформированности компетенции дать развернутые ответы на поставленные в задании открытые вопросы и ответить на вопросы закрытого типа в установленное преподавателем время. Продолжительность проведения процедуры определяется преподавателем самостоятельно, исходя из сложности индивидуальных заданий, количества вопросов, объема оцениваемого учебного материала, общей трудоемкости изучаемой дисциплины (модуля) и других факторов. При этом продолжительность проведения процедуры не должна, как правило, превышать двух академических часов.

Шкалы оценивания результатов проведения процедуры:

Результаты проведения процедуры проверяются преподавателем и оцениваются с применением двухбалльной шкалы с оценками:

- «аттестовано»;
- «не аттестовано».

Преподаватель вправе применять иные, более детальные шкалы (например, стобалльную) в качестве промежуточных, но с обязательным дальнейшим переводом в двухбалльную шкалу.

Результаты процедуры:

Результаты проведения процедуры в обязательном порядке представляются в деканат факультета, за которым закреплена образовательная программа. Деканат факультета доводит результаты проведения процедур по всем дисциплинам (модулям) образовательной программы до сведения обучающихся путем размещения данной информации на стендах факультета.

По результатам проведения процедуры оценивания преподавателем определяются пути ликвидации недостающих у обучающихся знаний, умений, навыков за счет внесения корректировок в планы проведения учебных занятий.

По результатам проведения процедуры оценивания обучающиеся, показавшие неудовлетворительные результаты, должны интенсифицировать свою самостоятельную работу с целью ликвидации недостающих знаний, умений, навыков.

Этап: Промежуточная аттестация по учебной дисциплине в форме зачета Устный опрос по результатам освоения дисциплины

Цель процедуры:

Целью промежуточной аттестации по дисциплине (модулю) является оценка уровня усвоения обучающимися знаний, приобретения умений, навыков и сформированности компетенций в результате изучения учебной дисциплины (части дисциплины – для многосеместровых дисциплин).

Субъекты, на которых направлена процедура:

Процедура оценивания должна охватывать всех без исключения обучающихся, осваивающих дисциплину (модуль). В случае, если обучающийся не проходил процедуру без уважительных причин, то он считается имеющим академическую задолженность.

Период проведения процедуры:

Процедура оценивания проводится по окончании изучения дисциплины (модуля), но, как правило, до начала экзаменационной сессии. В противном случае, деканатом факультета составляется индивидуальный график прохождения промежуточной аттестации для каждого из обучающихся, не сдавших зачеты до начала экзаменационной сессии.

Требования к помещениям и материально-техническим средствам для проведения процедуры:

Требования к аудитории для проведения процедуры и необходимости применения специализированных материально-технических средств определяются преподавателем.

Требования к кадровому обеспечению проведения процедуры:

Процедуру проводит преподаватель, ведущий дисциплину (модуль), как правило, проводящий занятия лекционного типа.

Требования к банку оценочных средств:

До начала проведения процедуры преподавателем подготавливается необходимый банк оценочных материалов для оценки знаний, умений, навыков. Банк оценочных материалов включает вопросы, как правило, открытого типа, перечень тем, выносимых на опрос, типовые задания. Из банка оценочных материалов формируются печатные бланки индивидуальных заданий. Количество вопросов, их вид (открытые или закрытые) в бланке индивидуального задания определяется преподавателем самостоятельно.

Описание проведения процедуры:

Каждому обучающемуся, принимающему участие в процедуре преподавателем выдается бланк индивидуального задания. После получения бланка индивидуального задания и подготовки ответов обучающийся должен в меру имеющихся знаний, умений, навыков, сформированности компетенции дать устные развернутые ответы на поставленные в задании вопросы и задания в установленное преподавателем время. Продолжительность проведения процедуры определяется преподавателем самостоятельно, исходя из

сложности индивидуальных заданий, количества вопросов, объема оцениваемого учебного материала, общей трудоемкости изучаемой дисциплины (модуля) и других факторов. При этом продолжительность проведения процедуры не должна, как правило, превышать двух академических часов.

Шкалы оценивания результатов проведения процедуры:

Результаты проведения процедуры проверяются преподавателем и оцениваются с применением двухбалльной шкалы с оценками:

- «зачтено»;
- «не зачтено».

Преподаватель вправе применять иные, более детальные шкалы (например, стобалльную) в качестве промежуточных, но с обязательным дальнейшим переводом в двухбалльную шкалу.

Результаты процедуры:

Результаты проведения процедуры в обязательном порядке проставляются преподавателем в зачетные книжки обучающихся и зачётные ведомости, либо в зачетные карточки (для студентов, проходящих процедуру в соответствии с индивидуальным графиком) и представляются в деканат факультета, за которым закреплена образовательная программа.

По результатам проведения процедуры оценивания преподавателем делается вывод о результатах промежуточной аттестации по дисциплине.

По результатам проведения процедуры оценивания обучающиеся, показавшие неудовлетворительные результаты считаются имеющими академическую задолженность, которую обязаны ликвидировать в соответствии с составляемым индивидуальным графиком. В случае, если обучающийся своевременно не ликвидировал имеющуюся академическую задолженность он подлежит отчислению из вуза, как не справившийся с образовательной программой.