

УТВЕРЖДАЮ

Директор филиала



Т.А.Хубаев

«30» 06 2022 г.

Приложение к рабочей программе дисциплины

Управление продуктом (продакт-менеджмент)

Направление подготовки 38.03.02 Менеджмент

образовательная программа «Управление бизнесом»,
профиль «Менеджмент и управление бизнесом»

2022

(год утверждения программы)

Одобрено кафедрой «Менеджмент»

Протокол от «28» 06 2022 г. № 12

СОДЕРЖАНИЕ

1. Перечень планируемых результатов освоения образовательной программы (перечень компетенций) с указанием индикаторов их достижения и планируемых результатов обучения по дисциплине.....	4
2. Объем дисциплины (модуля) в зачетных единицах и в академических часах с выделением объема аудиторной (лекции, семинары) и самостоятельной работы обучающихся.....	6
3. Место дисциплины в структуре образовательной программы.....	6
4. Учебно-тематический план	7
5. Содержание семинаров, практических занятий.....	8
6. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине.....	11
6.1. Перечень вопросов, отводимых на самостоятельное освоение дисциплины, формы внеаудиторной самостоятельной работы.....	11
6.2. Перечень вопросов, заданий, тем для подготовки к текущему контролю.....	13
7. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине.....	18
8. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины.....	28
9. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины.....	29
10. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины.....	30
11. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень необходимого программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости).....	36

11,1.	Комплект лицензионного программного обеспечения.....	36
11.2.	Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы.....	37
11.3.	Сертифицированные программные и аппаратные средства защиты информации.....	37
12.	Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине.....	37

**1. Перечень планируемых результатов освоения образовательной программы
(перечень компетенций) с указанием индикаторов их достижения и
планируемых результатов обучения по дисциплине**

Код компетенции	Наименование компетенции	Индикаторы достижения компетенции	Результаты обучения (владения, умения и знания) соотнесенные с компетенциями/индикаторами достижения компетенции
ПKN-7	Способность выявлять и реализовывать рыночные возможности, а также владеть навыками бизнес-планирования	1.Анализирует источники и выявляет предпринимательские возможности в условиях изменения внешней среды. 2.Владеет навыками реализации бизнес-идеи и формирования бизнес-моделей. 3.Владеет методиками анализа и расчета экономических и финансовых показателей и формирования бизнес-плана.	Знать: категориально- понятийный аппарат маркетинга;факторы влияющие на управление маркетинговой политикой современной компании; роль, функции и задачи маркетолога в современной организации. Уметь: анализировать внешнюю и внутреннюю среду организации; выявлять ключевыеэлементы окружающей среды организации; оценивать влияние ключевых элементов окружающей среды на управление маркетинговой политикой компании.
ПKN-8	Владение методами стратегического и маркетингового анализа организаций (рынков, продуктов), разработки и осуществления стратегии организации с учетом запросов и интересов различных заинтересованных сторон	1.Использует знания в области теории и практики стратегического менеджмента с использованием аналитического инструментария. 2.Владеет методами принятия стратегических, тактических и оперативных решений в управлении деятельностью организации 3Проводит стратегический анализ макро- и микросреды организации, владеет навыками оценки ее конкурентоспособности и формирования компетенций и не копируемых конкурентных преимуществ компании.	Знать: тенденции закономерности развития окружающей экономическойсреды и заинтересованных сторон. Уметь: проводить анализ внешней и внутренней экономической среды, ее влияние на результаты хозяйственной деятельности организации в текущей и долгосрочных перспективах

ПКП-4	Способность оценивать финансовые риски и применять современные методы и финансовые инструменты для их снижения и нейтрализации	<p>1. Понимает сущность и природу финансовых рисков и владеет методами их оценки.</p> <p>2. Предлагает обоснованные управленческие решения, направленные на снижение и устранение финансовых рисков</p>	<p>Знать: современные техники и методы продаж; понятия «дистрибуция», «розничная сеть», «мерчандайзинг», «лояльность»; принципы построения каналов товародвижения; основные виды программ лояльности;</p> <p>Уметь: анализировать расположение товаров на полке магазина; выбирать розничную сеть для продвижения товаров на рынке; определять оптимальную структуру каналов товародвижения; владеть правилами мерчандайзинга; принципами работы с партнёрской сетью; стратегией управления каналами и распределения.</p>
УК -11	Способность к постановке целей и задач исследований, выбору оптимальных путей и методов их достижения	<p>1. Аргументированно переходит от первоначальной субъективной формулировки проблемы к целостному структурированному описанию проблемной ситуации.</p> <p>2. Обосновывает системную формулировку цели и постановку задачи управления.</p> <p>3. Взвешено и системно подходит к анализу ситуации, формулировке критериев и условий выбора.</p> <p>4. Критически переосмысливает свой выбор, сопоставляя с альтернативными подходами. Оценивает последствия принимаемых решений, учитывая неочевидные цепочки «последствия последствий» («причины причин») и контурные связи.</p> <p>5. Корректно использует процедуры целеполагания, декомпозиции и агрегирования, анализа и синтеза при решении практических задач</p>	<p>Знать: основные источники вторичной маркетинговой информации и методы сбора первичной маркетинговой информации.</p> <p>Уметь: получать новые знания на основе анализа, синтеза и т.д., осуществлять поиск информации и решений на основе действий, эксперимента и опыта, использовать современные образовательные и информационные технологии.</p>

		управления и подготовке аналитических отчетов. 6. Логично, последовательно и убедительно излагает в отчете цели, задачи, теорию и методологию исследования, результаты и выводы.	
--	--	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--

2. Объем дисциплины (модуля) в зачетных единицах и в академических часах с выделением объема аудиторной (лекции, семинары) и самостоятельной работы обучающихся

Вид учебной работы по дисциплине	Всего (в з/е и часах)	6 семестр (в часах)
Общая трудоемкость дисциплины	5/180	5/180
Контактная работа-Аудиторные занятия	32	32
<i>Лекции</i>	16	16
<i>Семинары, практические занятия</i>	16	16
Самостоятельная работа	148	148
Вид текущего контроля	ДТЗ	ДТЗ
Вид промежуточной аттестации	Экзамен	Экзамен

3. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Управление продуктом (продакт-менеджмент)» относится к модулю профиля направления 38.03.02 «Менеджмент» профиль «Управление бизнесом».

4. Учебно - тематический план

Наименование тем (разделов) дисциплины	Трудоемкость в часах					Формы текущего контроля успеваемости
	Всего	Аудиторная работа			Самостоятельная работа	
		Общая, в т.ч.:	Лекции	Семинары, практические занятия		

Управлен ие продукто м: введение.	18	4	2	2	14	Опрос, доклады (рефераты), презентации, тестирование
Управлен ие жизненны мциклом продукта.	20	4	2	2	16	Опрос доклады (рефераты), презентации, тестирование
Проектиров ание нового продукта.	18	4	2	2	14	Опрос, доклады (рефераты), презентации, тестирование
Брендинг и управлен ие торговым и марками.	20	4	2	2	16	Опрос, доклады (рефераты), презентации, тестирование
Управление качеством и конкуренто сп особностью продукта.	18	4	2	2	14	Опрос, доклады (рефераты), презентации, тестирование
Анализ потенциа ларынка и изучение условий конкуренции.	28	4	2	2	24	Опрос, доклады (рефераты), презентации, тестирование
Разработка и управлени е товарными стратегиям ипродукта.	24	4	2	2	20	Опрос, доклады (рефераты), презентации, тестирование

Современные технологии продаж и программы продвижения продукта.	20	4	2	2	16	Опрос, доклады (рефераты), презентации, тестирование
Финансово-экономический анализ продукта и разработка маркетингового плана.	18	4	2	2	14	Опрос, доклады (рефераты), презентации, тестирование
В целом по дисциплине	180	32	16	16	132	Согласно учебному плану: ДТЗ
Итого в %	100	26,7	8,9	12,8	73,4	

5. Содержание семинаров, практических занятий

Наименование тем (разделов) дисциплины	Перечень вопросов для обсуждения на семинарских, практических занятиях, рекомендуемые источники из разделов 8,9 (указывается раздел и порядковый номер источника)	Формы проведения занятий
Тема1. Управление продуктом: введение.	1. Перечислите цели и задачи управления продуктом? 2. Понятие продуктовой политики фирмы; 3. Причины возникновения и обоснование создания организации; 4. Дайте определение товара в системе маркетинга; 5. Классификация товаров и услуги особенности управления ими Рекомендуемые источники: 8: 1,2,3,4,5,6,7,8,9,10,11; 9: 1,2,3,4,5,6	Опрос, доклады (рефераты), презентации, тестирование

Тема 2. Управление жизненным циклом продукта.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Понятие и этапы жизненного цикла товара; 2. Перечислите этапы жизненный цикл продукта в маркетинге; 3. Понятие жизненного цикла для целого товарного класса, разновидности товара или конкретной марки; 4. Анализ жизненного цикла товарной категории; 5. Особенности стратегии управления товаром на различных этапах его жизненного цикла; 6. Модификация товара и рынка. <p>Рекомендуемые источники: 8: 1,2,3,4,5,6,7,8,9,10,11; 9: 1,2,3,4,5,6</p>	Опрос, доклады (рефераты), презентации, тестирования
Тема 3. Проектирование нового продукта.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Понятие нового продукта и уровень новизны; 2. Причины успеха и неудач новых продуктов; 3. Процессы и этапы разработки нового продукта; 4. Поиск новых идей и превращение идеи в товар; 5. Методы тестирования нового продукта: внутри компании и на рынке: тест потребителя, тест предпочтений, пробные продажи и др. создание окончательной бизнес-модели перед запуском массового производства. <p>Рекомендуемые источники: 8: 1,2,3,4,5,6,7,8,9,10,11; 9: 1,2,3,4,5,6</p>	Опрос, доклады (рефераты), презентации, тестирования

Тема 4. Брендинг и управление торговыми марками.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Бренд: основные термины и определения. 2. Понятие, элементы и ценность торговых марок. 3. Роль торговой марки и возможности брендинга. 4. Виды товарных марок. Характеристики лучших торговых марок. Процесс создания новой торговой марки. 5. Управление отдельными торговыми марками. Управление ассортиментом марочных товаров. <p>Рекомендуемые источники: 8: 1,2,3,4,5,6,7,8,9,10,11; 9: 1,2,3,4,5,6</p>	Опрос, доклады (рефераты), презентации, тестирования
Тема 5. Управление качеством и конкурентоспособностью продукта.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Понятия «конкурентоспособность товара», «качество товара» 2. Потребительские и экономические показатели конкурентоспособности продукта. 3. Определение конкурентоспособности товара с помощью балльной оценки. 4. Методика расчета показателей конкурентоспособности продукта. <p>Рекомендуемые источники: 8: 1,2,3,4,5,6,7,8,9,10,11; 9: 1,2,3,4,5,6</p>	Опрос, доклады (рефераты), презентации, тестирования
Тема 6. Анализ потенциала рынка и изучение условий конкуренции.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Изучение условий конкуренции на рынке и анализ его привлекательности. 2. Уровень рыночной конкуренции и методы определения конкурентов. 3. Сегментация рынка. Анализ потенциала рынка и прогнозирование объема продаж. 4. Анализ конкурентов и потребителей. <p>Рекомендуемые источники: 8: 1,2,3,4,5,6,7,8,9,10,11; 9: 1,2,3,4,5,6</p>	Опрос, доклады (рефераты), презентации, тестирования

Тема 7.Разработка и управление товарными стратегиями продукта.	1. Понятие и сущность продуктовой стратегии. 2.Элементы продуктовой стратегии. 3. Изменение продуктовой стратегии в соответствии с жизненным цикломтовара. 4. Процессы формирования иисследования потребительских характеристик продуктов. 5. Перечислите основные стратегии управления марочным продуктом Рекомендуемые источники: 8: 1,2,3,4,5,6,7,8,9,10,11; 9: 1,2,3,4,5,6	Опрос, доклады (рефераты), презентации, тестирования
Тема 8.Современные технологии продаж и программы продвижения продукта.	Принятия решений по ценообразованию. Реклама как основной инструмент маркетинговых коммуникаций. Рекомендуемые источники: 8: 1,2,3,4,5,6,7,8,9,10,11; 9: 1,2,3,4,5,6	Опрос, доклады (рефераты), презентации, тестирования
Тема 9.Финансово-экономический анализ продукта и разработка маркетингового плана.	1. Финансовый анализ продукта,критерии и показатели его эффективности. 2. Способы привлечение капитала в исследования и разработки Рекомендуемые источники: 8: 1,2,3,4,5,6,7,8,9,10,11; 9: 1,2,3,4,5,6	Опрос, доклады (рефераты), презентации, тестирования

6. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине.

6.1. Перечень вопросов, отводимых на самостоятельное освоение дисциплины, формы внеаудиторной самостоятельной работы

Наименование тем (разделов) дисциплины	Перечень вопросов, отводимых на самостоятельное освоение	Формы внеаудиторной самостоятельной работы
----------------------------------------	----------------------------------------------------------	--------------------------------------------

Тема1. Управление продуктом: введение.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Что такое продуктовая политика фирмы? 2. Назовите основные цели продуктовой политики фирмы. 3. Назовите факторы внешнего окружения компании, влияющие на управление продуктовой политикой компании. 4. Что такое управление продуктовой категорией? 	Изучение научной и учебной литературы; поиск, сбор, систематизация и анализ статистических материалов и данных интернет-источников
Тема 2. Управление жизненным циклом продукта.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Дайте определение понятий «товар», «услуга» и «продукт»? 2. Каковы отличия услуги от товара? 3. Дайте определение понятия «маркетинговый комплекс». 4. Дайте определение понятия «управление продуктом». 	Изучение научной и учебной литературы; поиск, сбор, систематизация и анализ статистических материалов и данных интернет-источников
Тема 3. Проектирование нового продукта.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Какие модели процесса разработки и внедрения инноваций вы знаете? 2. Перечислите основные этапы разработки нового товара? 3. Перечислите какие источники генерации идей вы знаете. 	Изучение научной и учебной литературы; поиск, сбор, систематизация и анализ статистических материалов и данных интернет-источников
Тема 4. Брендинг и управление торговыми марками.	<ol style="list-style-type: none"> 1.Что такое марочный товар? 2.Раскройте сущность торговой марки. 3.Дайте определение бренда. 4.Какие атрибута бренда вы знаете? Приведите примеры. 	Изучение научной и учебной литературы; поиск, сбор, систематизация и анализ статистических материалов и данных интернет-источников
Тема 5. Управление качеством и конкурентоспособностью продукта.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Дайте определение понятийкачество и конкурентоспособности продукции. В чем их взаимосвязь, особенности и отличия? 2. Дайте определение понятиясертификация товара. 3. Перечислите методыобеспечения качества продукции. 	Изучение научной и учебной литературы; поиск, сбор, систематизация и анализ статистических материалов и данных интернет-источников

Тема 6. Анализ потенциала рынка и изучение условий конкуренции.	1. Сущность понятия «потенциал рынка». 2. Перечислите основные группы методов определения объема рынка и раскройте их сущность. 3. Перечислите основные уровни конкуренции в соответствии с этапами принятия потребителем решения о покупке.	Изучение научной и учебной литературы; поиск, сбор, систематизация и анализ статистических материалов и данных интернет-источников
Тема 7. Разработка и управление товарными стратегиями продукта.	1. Дайте определение понятия «стратегия продукта». 2. Перечислите составляющие элементы стратегии продукта. 3. Какие стратегии продукта, реализуемые на протяжении его жизненного цикла, вы знаете?	Изучение научной и учебной литературы; поиск, сбор, систематизация и анализ статистических материалов и данных интернет-источников
Тема 8. Современные технологии продаж и программы продвижения продукта.	1. Дайте определение понятия «товародвижение». 2. Какие виды каналов товародвижения вы знаете? 3. Перечислите основные этапы разработки интегрированных маркетинговых коммуникаций.	Изучение научной и учебной литературы; поиск, сбор, систематизация и анализ статистических материалов и данных интернет-источников
Тема 9. Финансово-экономический анализ продукта и разработка маркетингового плана.	1. Раскройте методику расчета цены, основанную на трех методах: конкурентной, цены потребителя и с точки зрения затрат компании. 2. Перечислите основные цели плана маркетинга.	Изучение научной и учебной литературы; поиск, сбор, систематизация и анализ статистических материалов и данных интернет-источников

6.2. Перечень вопросов, заданий, тем для подготовки к текущему контролю

Примерные вопросы для проведения опроса, подготовки докладов (рефератов), презентаций

1. Продукт как элемент комплекса маркетинга.
2. Классификация продуктов и ее использование для разработки маркетинговых стратегий.
3. Процесс разработки нового продукта.
4. Концепция жизненного цикла продукта.
5. Маркетинговые аспекты управления ЖЦП.
6. Значимость и слабые стороны применения теории ЖЦП в управлении

продуктом. Альтернативные теории.

7. Пути повышения конкурентоспособности продукта.
8. Инструменты дифференцирования продукта.
9. Стратегия позиционирования и «формулирование позиционирования».
10. Репозиционирование марки.
11. Пробный маркетинг как этап процесса разработки нового продукта.
12. Товарная упаковка и ее роль в управлении продуктом.
13. Разработка программы управления качеством продукции фирмы.
14. Управление продуктом как основной инструмент маркетинга.
15. Взаимосвязь бренда с экономическими категориями: потребность, спрос и предложение.
16. Роль бренда в современном экономическом развитии РФ.
17. Связь между корпоративной и брендинговой стратегией.
18. Брендинг на рынке B2B и B2C.
19. Особенности формирования брендов в виртуальной среде.
20. Подходы к маркетинговым исследованиям в брендинге.
21. Позиционирование бренда.
22. Внутренний брендинг.
23. Репозиционирование торговых марок и ребрендинг: определения, сходства, различия, основные причины, принципы.

Перечень тем для подготовки домашнего творческого задания

1. Критерии оценки инновационного потенциала предприятия
2. Собственные торговые марки (СТМ) в российских розничных сетях
3. Программы лояльности персонала торгового предприятия.
- CRM – технология: управление взаимоотношениями с клиентами.
4. Внедрение бизнес-инкубаторов как элемент развития малого бизнеса.
5. Особенности формирования инновационных кластеров.

6. Специфические черты маркетинговой стратегии инновационного продукта
7. Разработка тактики маркетинга в прединвестиционной фазе проекта
8. Роль маркетинговых исследований в инновационном проекте
9. Виртуализация розничной торговли (создание Интернет – магазинов и площадок)
10. Использование технологии дополненной реальности (AR) в рекламной индустрии
11. Венчурные фирмы и их роль в ускорении инновационного развития торговых предприятий
12. Основные направления инновационной политики в сфере коммерции
13. Совершенствование системы инвестирования инноваций на современном этапе развития экономики
14. Роль малых предприятий в ускорении инновационного процесса
15. Применение технологий «мобильной коммерции» на рынке услуг розничной торговли
16. Разработка и реализация инновационных программ в сфере торговых услуг
17. Синергетический эффект от взаимодействия малого и крупного бизнеса в торговле
18. Инновации в организации и технологии обслуживания покупателей в розничной торговле России и за рубежом
19. Внедрение бизнес-инкубаторов как элемент развития малого бизнеса
20. Концептуальные формы маркетинга инноваций
21. Стратегия маркетинга инновационного предприятия
22. Типы продуктовых инноваций в комплексе маркетинга
23. Стержневая компетенция и кадровый аспект организации
24. Роль сегментирования в стратегическом маркетинге для активизации инновационных идей
25. Особенности разработки маркетинговой стратегии проекта
26. Современное состояние и основные тенденции развития инноваций в

торговле.

Критерии балльной оценки различных форм текущего контроля успеваемости содержатся в соответствующих методических рекомендациях кафедры «Налоги. Бухгалтерский учет».

7.Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине

Перечень планируемых результатов освоения образовательной программы (перечень компетенций) с указанием индикаторов достижения и планируемых результатов обучения по дисциплине содержится в разделе 2 «Перечень планируемых результатов освоения образовательной программы (перечень компетенций) с указанием индикаторов их достижения и планируемых результатов обучения по дисциплине».

Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки индикаторов достижения компетенций, умений и знаний

Вопросы для подготовки к экзамену

1. Что такое продуктовая политика фирмы?
2. Назовите основные цели продуктовой политики фирмы.
3. Назовите факторы внешнего окружения компании, влияющие на управление продуктовой политикой компании.
4. Перечислите основные этапы разработки нового товара?
5. Перечислите какие источники генерации идей вы знаете.
6. Что такое марочный товар?
7. Раскройте сущность торговой марки.
8. Дайте определение бренда.
9. Какие атрибута бренда вы знаете? Приведите примеры.

10. Дайте определение понятий качество и конкурентоспособности продукции. В чем их взаимосвязь, особенности и отличия?
11. Дайте определение понятия сертификация товара.
12. Перечислите методы обеспечения качества продукции.
13. Сущность понятия «потенциал рынка».
14. Перечислите основные группы методов определения объема рынка и раскройте их сущность.
15. Перечислите основные уровни конкуренции в соответствии с этапами принятия потребителем решения о покупке.
16. Дайте определение понятия «стратегия продукта».
17. Перечислите составляющие элементы стратегии продукта.
18. Какие стратегии продукта, реализуемые на протяжении его жизненного цикла, вы знаете?
19. Дайте определение понятия «товародвижение».
20. Какие виды каналов товародвижения вы знаете?
21. Перечислите основные этапы разработки интегрированных маркетинговых коммуникаций.
22. Раскройте методику расчета цены, основанную на трех методах: конкурентной цены, цены потребителя и с точки зрения затрат компании.
23. Перечислите основные цели плана маркетинга.
24. Сущность и задачи коммерческой деятельности на потребительском рынке товаров и услуг.
25. Технология продажи с точки зрения психологии торговли.
26. Характеристика современных форм и методов организации торговли.
27. Типизация и специализация торговых предприятий.
28. Характеристика методов обслуживания покупателей в оптовой и розничной торговле.
29. Понятие и сущность НТП и его влияние на развитие торговых

предприятий.

30. Основные пути и направления использования достижений НТП в торговле.
31. Классификация и характеристика современных систем автоматизации торговой деятельности.
32. Автоматизация складских процессов.
33. Комплексное внедрение информационных технологий в розничной торговле.
34. Программное обеспечение для торговли: функции и параметры.
35. Управление электронным торговым оборудованием
36. Складской технологический процесс и его составные части.
37. Виды организации технологических процессов на складах.
38. Методы продажи товаров со склада фирмы-оптовика.
39. Организация внешних продаж.
40. Финансово-экономические показатели эффективности использования товарных складов.
41. Организация управления складским технологическим процессом.
42. Автоматизированные системы управления складскими технологическими процессами.
43. Содержание торгово-технологического процесса в магазине.
44. Организация и технология разгрузки и приемки товаров по количеству и по качеству.
45. Организация и технология хранения товаров в магазине.
46. Содержание торгово-технологических операций по подготовке товаров к продаже.
47. Последовательность осуществления торговых операций в магазине
48. Технология и этапы продажи товаров.
49. Специфика и методы организации розничных продаж.
50. Элементы и методы организации торговых процессов при

самообслуживании,

- 51.Элементы и методы организации торговых процессов при продаже товаров по предварительным заказам,
- 52.Элементы и методы организации торговых процессов при продаже с индивидуальным обслуживанием, при продаже по образцам.
- 53.Формы и методы расчетов с покупателями.
- 54.Организация системы мерчендайзинга в магазине.
- 55.Методы продажи товаров на основе принципов мерчендайзинга.
- 56.Основные требования и принципы размещения товаров в торговом зале.
- 57.Методы и приемы выкладки товаров на торговом оборудовании.
- 58.Особенности выкладки отдельных видов товаров в розничных торговых предприятиях различной специализации.
- 59.Торговые здания и технологические требования к их устройству.
- 60.Состав и функциональная взаимосвязь помещений магазинов.
- 61.Требования к устройству и планировке торгового зала магазина.

Пример экзаменационного билета

Федеральное государственное образовательное бюджетное учреждение
высшего образования
«ФИНАНСОВЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ПРИ ПРАВИТЕЛЬСТВЕ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ»
(Финансовый университет)
Владикавказский филиал Финуниверситета

Кафедра: **Менеджмент**
Дисциплина: **Управление продуктом**
Факультет: **Финансово-экономический.**
Форма обучения: **Очная**
Направление: 38.03.02 Менеджмент
Направленность: **Управление бизнесом**

ЭКЗАМЕНАЦИОННЫЙ БИЛЕТ № 1

1. Особенности формирования инновационных кластеров. (20 баллов)
2. Использование технологии дополненной реальности (AR) в рекламной индустрии (20 баллов)

3. Задача. (20 баллов)

В повседневной жизни людей широко используются такие товары, как телевизор, холодильник, планшет, зубная паста.

1. Сформулируйте свое видение каждого из них в качестве товара по замыслу, товара в реальном исполнении и товара с подкреплением.
2. Определите, какие из указанных товаров являются товарами длительного, а какие краткосрочного пользования.
3. Предложите комплекс услуг, обеспечивающих подкрепление указанных товаров.
4. Сформулируйте наиболее важные характеристики перечисленных товаров, призванные, на ваш взгляд, наиболее полно удовлетворить потребности конкретных потребителей.

Подготовил: _____ Ф. Т. Лагуева

Утверждаю:
Зав. кафедрой _____ И. З. Тогузова Дата _____

Примеры оценочных средств для проверки индикаторов достижения компетенций, формируемых дисциплиной

Наименование компетенции	Индикаторы достижения компетенции	Результаты обучения (владения, умения и знания) соотнесенные с компетенциями/индикаторами достижения компетенции	Типовые контрольные задания
Способность выявлять и реализовывать рыночные возможности, а также владеть навыками бизнес-планирования	<p>1. Анализирует источники и выявляет предпринимательские возможности в условиях изменения внешней среды.</p> <p>2. Владеет навыками реализации бизнес-идеи и формирования бизнес-моделей.</p> <p>3. Владеет методиками анализа и расчета экономических и финансовых показателей и формирования бизнес-плана.</p>	<p>1. Знать: категориально-понятийный аппарат маркетинга; факторы влияющие на управление маркетинговой политикой современной компании; роль, функции и задачи маркетолога в современной организации.</p> <p>2. Уметь: анализировать внешнюю и внутреннюю среду организации; выявлять ключевые элементы окружающей среды организации; оценивать влияние ключевых элементов окружающей среды на управление маркетинговой политикой компании.</p>	<p>Российские архитекторы не часто принимают участие в зарубежных конкурсах, особенно если они предполагают участие именно инновационных архитектурных проектов. Именно поэтому победа московского архитектора Александра Ремизова одержанная на международном конкурсе «Radical innovations in hospitality», приводящемся в США с проектом «Ковчег» российской архитектурной мастерской <i>Remistudio</i>, стала событием поистине знаменательным.</p> <p>Концепция «Ковчеха» включает в себя два наиболее важных аспекта современной архитектуры: обеспечение безопасности и защиты от природных катаклизмов и изменений климата, и защита самой окружающей среды. Проект «Ковчег» вобрал в себя все важнейшие качества, которыми должен обладать дом будущего. Технической основой его создания стала инженерная мысль академика Льва Бритвина, согласно которой, в зависимости от зоны размещения здания, оно может быть установлено как на плавучую платформу, так и на твердую почву. Создание основного каркаса начинается после установки центральной опоры, выполненной из легких конструктивных элементов. Эта труба-опора является «сердцем» автономного строения, в ней расположены все основные коммуникации и узлы. Внизу трубы академиком Львом Бритвиным была предусмотрена установка энергетического блока, призванного преобразовывать тепловую энергию в электрическую, а также системы переработки отходов жизнедеятельности. Александр Ремизов, автор уникального проекта плавучего автономного дома, руководитель <i>Remistudio</i>, давно занимается темой «зеленого строительства» и является главой Совета по экоустойчивой архитектуре Союза архитекторов России и Некоммерческого партнерства «Совет по зеленому строительству».</p> <p>Вопросы для обсуждения</p> <p>1. Оцените привлекательность и</p>

			<p>конкурентоспособность «Ковчега». 2. Выделите целевой сегмент рынка «плавающего дома». Дайте свои оценки перспективности данного проекта</p>
<p>Владение методами стратегического и маркетингового анализа организаций (рынков, продуктов), разработки и осуществления стратегии организации с учетом запросов и интересов различных заинтересованных сторон</p>	<p>1.Использует знания в области теории и практики стратегического менеджмента с использованием аналитического инструментария. Владеет методами принятия стратегических, тактических и оперативных решений в управлении деятельностью организации</p> <p>Проводит стратегический анализ макро- и микросреды организации, владеет навыками оценки ее конкурентоспособности и формирования компетенций и не копируемых конкурентных преимуществ компании.</p>	<p>Знать: тенденции и закономерности развития окружающей экономической среды и заинтересованных сторон.</p> <p>Уметь: проводить анализ внешней и внутренней экономической среды, ее влияние на результаты хозяйственной деятельности организации в текущей и долгосрочных перспективах</p>	<p>В своем большинстве кухонная посуда достаточно скучна. В конце концов у всех полно всяких «забавных» кружек, одну из которых мы берем с собой, когда отправляемся к офисному кулеру. Но все-таки лучше взять действительно оригинальную кружку, а не какую-то безликую с логотипом компании или с лозунгами вроде «Лучшему папе Кружку Day and Night точно не назовешь тривиальное. Дизайн кружки эксплуатирует термические картинки, но не без доли оригинальности. На картинке изображен вид нашей планеты из космоса днем и ночью. Когда вы не используете кружку, то на ней темное время суток, но стоит налить в нее любимый горячий напиток, как над Землей поднимается солнце. Отметим, что кружку можно ставить в микроволновку, что повышает ее практичность.</p> <p>Вопросы для обсуждения:</p> <p>1. Какие продукты можно выпускать, используя данную технологию?</p> <p>Сформируйте оптимальный ассортимент товаров с термическими картинками, с точки зрения потребности целевого сегмента.</p>

Способность оценивать финансовые риски и применять современные методы и финансовые инструменты для их снижения и нейтрализации	Понимает сущность и природу финансовых рисков и владеет методами их оценки. Предлагает обоснованные управленческие решения, направленные на снижение и устранение финансовых рисков	Знать: современные техники и методы продаж; понятия «дистрибуция», «розничная сеть», «мерчандайзинг», «лояльность»; принципы построения каналов товародвижения; основные виды программ лояльности; Уметь: анализировать расположение товаров на полке магазина; выбирать розничную сеть для продвижения товаров на рынке; определять оптимальную структуру каналов товародвижения; владеть правилами мерчандайзинга; принципами работы с партнёрской сетью; стратегией управления каналами распределения.	В повседневной жизни людей широко используются такие товары, как телевизор, холодильник, планшет, зубная паста. 1. Сформулируйте свое видение каждого из них в качестве товара по замыслу, товара в реальном исполнении и товара с подкреплением. 2. Определите, какие из указанных товаров являются товарами длительного, а какие краткосрочного пользования. 3. Предложите комплекс услуг, обеспечивающих подкрепление указанных товаров. 4. Сформулируйте наиболее важные характеристики перечисленных товаров, призванные, на ваш взгляд, наиболее полно удовлетворить потребности конкретных потребителей.
--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

8. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины

Нормативные правовые акты

1. Гражданский кодекс Российской Федерации.
2. Федеральный закон РФ N 135-ФЗ от 26.07.2006 «О защите конкуренции» (с изменениями и дополнениями).
3. Федеральный закон РФ № 70-ФЗ от 06 мая 1998 г. «О конкуренции и ограничении монополистической деятельности на товарных рынках» (с изменениями и дополнениями).
4. Федеральный закон от 13.03.2006 N 38-ФЗ «О рекламе» (с изменениями и дополнениями).
5. Федеральный закон РФ № 70-ФЗ. от 06 мая 1998 г. «О конкуренции и ограничении монополистической деятельности на товарных рынках» (с изменениями и дополнениями).

Основная литература:

6. Чернышева, А. М. Управление продуктом: учебник и практикум для вузов / А. М. Чернышева, Т. Н. Якубова. — Москва: Издательство Юрайт, 2021. — 373 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-01486-0. — URL: <https://ezpro.fa.ru:3217/bcode/468879> . – Режим доступа: Электронно-библиотечная система Юрайт. – Текст: электронный.
7. Инновационный маркетинг : учебник для вузов / С. В. Карпова [и др.] ; под общей редакцией С. В. Карповой. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 474 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-13282-3. — URL: <https://ezpro.fa.ru:3217/bcode/468986> . – Режим доступа: Электронно-библиотечная система Юрайт. – Текст: электронный.
8. Маркетинг: учебник / С.А. Калугина [и др.]; под ред. Т.Н. Парамоновой.- Москва: Кнорус, 2021.- 358 с. — ISBN 978-5-406-04573-2. — URL: <https://book.ru/book/938039> . – Режим доступа: Электронно-библиотечная система Book.ru. – Текст: электронный.

Дополнительная литература:

9. Карпова, С. В. Маркетинг и современность: монография / под общ. ред. С.В. Карповой; отв. ред. О.Н. Романенкова.— М.: Вузовский учебник: ИНФРА-М, 2018. — 267 с. — (Научная книга). — ISBN 978-5-9558-0361-6. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/960029> . – Режим доступа: Электронно-библиотечная система Znanium.com – Текст: электронный.
10. Карпова, С. В. Маркетинг: теория и практика: учебное пособие для бакалавров / С. В. Карпова. — Москва: Юрайт, 2019. — 408 с. — (Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-2661-3. — URL: <https://ez.el.fa.ru:2428/bcode/425233> (дата обращения: 20.05.2022). – Режим доступа: Электронно-библиотечная система Юрайт. – Текст: электронный.
11. Карпова, С. В. Брендинг: учебник и практикум для прикладного бакалавриата / С. В. Карпова, И. К. Захаренко. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2021. — 439 с. — (Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-3732-

9. —URL: <https://ezpro.fa.ru:3217/bcode/467833> . – Режим доступа: Электронно-библиотечная система Юрайт. – Текст: электронный

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

Интернет-ресурсы:

1. Электронно-библиотечная система BOOK.RU <http://www.book.ru>
2. Электронно-библиотечная система Znanium <http://www.znaniy.com>
3. Электронно-библиотечная система издательства «ЮРАЙТ» <https://www.biblio-online.ru>
4. Электронно-библиотечная система «Университетская библиотека ОНЛАЙН» <http://biblioclub.ru/>
5. Электронная библиотека издательского дома «Гребенников» <https://grebennikon.ru>
6. Электронно-библиотечная система издательства «Лань» <https://e.lanbook.com>

10. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Методика изучения дисциплины предусматривает чтение лекций, проведение семинарских занятий, выполнение студентами самостоятельной внеаудиторной работы.

Для проверки знаний студентов предусмотрены следующие формы контроля:

- * опрос;
- * подготовка докладов (рефератов) и презентаций по темам;
- * написание контрольной работы, домашнего творческого задания.

Рекомендации по подготовке к лекционным занятиям.

Для наиболее полного освоения дисциплины студентам необходимо:

- перед каждой лекцией просматривать рабочую программу дисциплины, ее основных вопросов и рекомендуемой литературы. Это позволит сэкономить время на записывание основных вопросов темы;
- к лекциям готовить материал по теме и представлять на занятиях на

бумажных или электронных носителях (доклады, графики, таблицы);

- перед очередной лекцией просматривать материалы предыдущих, чтобы освоение материала не оставляло пробелов.

Рекомендации по подготовке к практическим (семинарским) занятиям.

Студентам следует:

- приносить рекомендованную преподавателем литературу к конкретному занятию;
- проработать теоретический материал к занятию по рекомендованным литературным источникам и лекциям;
- использовать при подготовке к занятию нормативно-правовые документы, научные публикации, информационный материал, рекомендуемый преподавателем;
- перед занятиями задать вопросы по невыясненным в ходе самостоятельной подготовки темам или отдельным положениям;
- в ходе занятия давать четкие и исчерпывающие ответы на вопросы;
- на занятии демонстрировать понимание обсуждаемых тем и вопросов.

Студентам, по различным причинам пропустившим занятия, необходимо перед очередным занятием отработать пропущенный материал, подготовив его самостоятельно.

Методические рекомендации по выполнению различных форм самостоятельной работы

Самостоятельная работа студентов включает в себя выполнение различного рода занятий, которые ориентированы на более глубокое усвоение материала изучаемой дисциплины. По каждой теме учебной дисциплины студентам предлагается перечень заданий для самостоятельной работы.

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

Студентам следует:

- руководствоваться графиком самостоятельной работы;
- выполнять все плановые задания, выдаваемые преподавателем для самостоятельного выполнения, разбирать на занятиях и консультациях неясные вопросы;
- использовать при подготовке нормативные документы Финансового университета;
- при подготовке к экзамену параллельно прорабатывать соответствующие теоретические и практические разделы дисциплины, фиксируя неясные фрагменты для их обсуждения на плановой консультации.

Методические рекомендации по выполнению ДТЗ

Творческие домашние задания – одна из форм самостоятельной работы студентов, способствующая углублению знаний, выработке устойчивых навыков самостоятельной работы. Творческое задание – задание, которое содержит большой или меньший элемент неизвестности и имеет, как правило, несколько подходов.

Текст домашнего творческого задания выполняется с использованием компьютера и распечатывается на одной стороне листа белой бумаги формата А4. Цвет шрифта должен быть черным, шрифт – Times New Roman, размер 14, межстрочный интервал - 1,5. Полужирный шрифт для выделения названий структурных элементов работы, отдельных слов не используется. Не разрешается использовать компьютерные возможности акцентирования внимания на отдельных терминах, положениях, формулах путем использования шрифтов разной гарнитуры.

Номера страниц проставляют в середине нижнего поля листа, соблюдая сквозную нумерацию. Точка в номере страницы не ставится. Титульный лист включают в общую нумерацию страниц, но номер страницы не проставляется. Нумерация начинается со второй страницы —

«Содержание».

Цифровой материал следует оформлять в виде *таблиц*. Таблицы дают возможность выявить или показать определенные закономерности. Таблицы располагаются непосредственно после текста, в котором они упоминаются впервые, или на следующей странице, нумеруются арабскими цифрами сквозной нумерацией по всей работе. Заголовок таблицы располагается по ширине страницы. Слово «Таблица», ее порядковый номер и название через тире помещают над таблицей слева без абзацного отступа. Точка в конце заголовка не ставится. После таблицы до следующего основного текста работы пропускают одну строку полуторного интервала.

Разрывать таблицу и переносить часть ее на другую страницу можно только в том случае, если она не уместится на одной странице. При переносе части таблицы на другой лист заголовок помещают только над первой частью, над последующими частями слева пишут: «Продолжение таблицы» и указывают номер таблицы. При делении таблицы на части в ее «шапку» над первой частью добавляют номера граф. При этом нумеруют соответственно арабскими цифрами графы второй (перенесенной) части таблицы.

Как правило, таблицы размером страницы размещают в приложении.

Допускается помещать таблицу вдоль длинной стороны листа. Таблицу размещают таким образом, чтобы её можно было читать без поворота или с поворотом листа по часовой стрелке.

Список использованных источников должен содержать сведения об источниках, которые использовались при написании домашнего творческого задания, которые приводятся в следующем порядке:

1. федеральные конституционные законы и федеральные законы (в хронологической очередности - от последнего года принятия к предыдущему);
2. нормативные правовые акты Президента Российской Федерации (в той же последовательности);
3. нормативные правовые акты Правительства Российской Федерации

(в той же очередности);

4. прочие федеральные нормативные правовые акты;
5. нормативные правовые акты субъектов Российской Федерации;
6. муниципальные правовые акты;
7. иные официальные материалы (резолюции-рекомендации международных организаций и конференций, официальные доклады, официальные отчеты и др.);
8. монографии, учебники, учебные пособия (в алфавитном порядке);
9. авторефераты диссертаций (в алфавитном порядке);
10. научные статьи (в алфавитном порядке);
11. источники на иностранном языке;
12. Интернет-источники.

Источники нумеруются арабскими цифрами без точки и печатаются с абзацного отступа.

Приложения располагаются после списка использованных источников. В тексте должны быть ссылки на приложения. Приложения располагают в порядке ссылок на них в тексте. Если в работе больше одного приложения, то их обозначают заглавными буквами русского алфавита, начиная с А, за исключением букв Ё, З, Й, О, Ч, Ь, Ы, Ъ. Если в работе одно приложение, оно обозначается «Приложение А». Буквенные обозначения приложений должны соответствовать последовательности их упоминания в тексте.

11. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень необходимого программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости)

11.1 Комплект лицензионного программного обеспечения:

- 1) Антивирусная защита Kaspersky Security для виртуальных и облачных сред;

2) Windows, MicrosoftOffice

11.2 Современные профессиональные базы данных, и информационные справочные системы

1. Информационно-правовая система «Гарант»: <https://www.garant.ru>
2. Электронная энциклопедия: <http://ru.wikipedia.org/wiki/Wiki>
3. Большая Российская энциклопедия: <https://bigenc.ru/>

11.3 Сертифицированные программные и аппаратные средства защиты информации

Не используются

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

Учебная аудитория для проведения учебных занятий, предусмотренных программой бакалавриата, оснащенная оборудованием и техническими средствами обучения:

362002, Республика Северная Осетия-Алания, г. Владикавказ, ул. Молодежная, д. 7, аудитория № 56.

Специализированная мебель:

Стол одно-тумбовый – 1 шт.

Стол (двухместный) – 15 шт.

Стул – 31 шт.

Доска настенная – 1 шт.

Кафедра – 1 шт.

Шкаф под документы с угловым сегментом – 2 шт.

Технические средства обучения:

Компьютер в сборе – 1 шт.

Мультимедиа-проектор – 1 шт.

Экран – 1 шт.

Перечень лицензионного программного обеспечения:

- 1) Программы для ЭВМ Kaspersky Security для виртуальных и облачных сред;
- 2) Windows, Microsoft Office.

Учебная аудитория оснащена компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду Финансового университета.

Помещения для самостоятельной работы обучающихся:

362002, Республика Северная Осетия-Алания, г. Владикавказ, ул. Молодежная, д.7, аудитория № 72.

Специализированная мебель:

Стол (учительский) – 1 шт.

Стол (двухместный) – 6 шт.

Стол компьютерный – 10 шт.

Стул – 27 шт.

Доска настенная – 1 шт.

Шкаф для документов – 1 шт.

Технические средства обучения:

Компьютер в сборе – 10 шт.

Мультимедиа-проектор – 1 шт.

Экран настенный – 1 шт.

Перечень лицензионного программного обеспечения:

- 1) Программы для ЭВМ Kaspersky Security для виртуальных и облачных сред
- 2) Windows, Microsoft Office

362002, Республика Северная Осетия-Алания, г. Владикавказ, ул. Молодежная, д.7, кабинет № 55. Читальный зал:

Специализированная мебель:

Стол – 20 шт.

Стул – 40 шт.

Шкаф для книг – 4 шт.

Стеллаж книжный – 13 шт.

Стеллаж выставочный – 4 шт.

Технические средства обучения:

Компьютер в сборе – 6 шт.

Телевизор – 1 шт.

Перечень лицензионного программного обеспечения:

- 1) Программы для ЭВМ Kaspersky Security для виртуальных и облачных сред
- 2) Windows, Microsoft Office

Помещения для самостоятельной работы обучающихся оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду Финансового университета.