



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

Кафедра стратегического и инновационного развития
Факультет "Высшая школа управления"

Документ подписан усиленной неквалифицированной электронной подписью.

Организация: «ФИНАНСОВЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ПРИ ПРАВИТЕЛЬСТВЕ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ»

Сертификат: i5GpCtfCW2pL556l34bpiEfViklTJ+8a

Утверждено: Проректор по учебной и методической работе, Е.А. Каменева

Дата: 12.02.2026 г.

З.В. Басаев

Создание и коммерциализация новых продуктов

Рабочая программа дисциплины

для студентов, обучающихся по направлению подготовки

38.03.02 - Менеджмент,

Образовательная программа «Управление бизнесом»

Профиль:

«Управление продуктом»

Рекомендовано

Факультет "Высшая школа управления"

(протокол № 08 от 19.05.2026 г.)

Одобрено

Кафедра стратегического и инновационного развития

(протокол № 13 от 28.04.2026 г.)



Содержание

1. Наименование дисциплины	3
2. Перечень планируемых результатов освоения образовательной программы (перечень компетенций) с указанием индикаторов их достижения и планируемых результатов обучения по дисциплине	3
3. Место дисциплины в структуре образовательной программы	5
4. Объем дисциплины (модуля) в зачетных единицах и в академических часах с выделением объема аудиторной (лекции, семинары) и самостоятельной работы обучающихся	5
5. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам) дисциплины с указанием их объемов (в академических часах) и видов учебных занятий	6
5.1. Содержание дисциплины	6
5.2. Учебно – тематический план	9
5.3. Содержание семинаров, практических занятий	10
6. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине	13
6.1. Перечень вопросов, отводимых на самостоятельное освоение дисциплины, формы внеаудиторной самостоятельной работы	13
6.2. Перечень вопросов, заданий, тем для подготовки к текущему контролю	16
7. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине	18
8. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины	5
9. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины	9
10. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины	27
11. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень необходимого программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости)	29
12. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине	29



1. Наименование дисциплины

Создание и коммерциализация новых продуктов

2. 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 (умения и знания), соотнесенные с индикаторами достижения компетенции
ПKN-7	Способность выявлять и реализовывать рыночные возможности, а также владеть навыками бизнес-планирования	Анализирует источники и выявляет предпринимательские возможности в условиях изменения внешней среды	Знать: Методы выявления и оценки новых рыночных возможностей, а также разработки бизнес-планов для создания и развития новых направлений деятельности организаций Уметь: Выявлять и оценивать новые рыночные возможности для организации с целью разработки и реализации бизнес-планов для новых направлений деятельности
		Владеет навыками реализации бизнес-идеи и формирования бизнес-моделей	Знать: Сущность, этапы построения и анализа бизнес-модели как инструмента стратегического управления организацией Уметь: Внедрять и трансформировать текущую бизнес-модель
		Владеет методиками анализа и расчета экономических и финансовых показателей и формирования бизнес-плана.	Знать: количественные и качественные методы анализа эффективности и результативности бизнеса при принятии управленческих решений Уметь: строить экономические, финансовые и организационно-управленческие модели



Код компетенции	Наименование компетенции	Индикаторы достижения компетенции	Результаты обучения (умения и знания), соотнесенные с индикаторами достижения компетенции
ПКП-4	Способность планирования и организации вывода продукта и его обновлений на рынок, анализа продаж продукта и управления показателями успешности продукта	демонстрирует навыки вывода нового продукта и его обновлений на рынок	Знать: Методы организации процессов запуска и разработки стратегии выхода продукта на рынок Уметь: Использовать инструменты маркетинга, планирования, контроля и стратегического развития продукта
		Анализирует продажи продукта, метрики привлечения пользователей и использования продукта	Знать: Методы проведения маркетингового анализа, анализа продаж и метрики продукта Уметь: Рассчитывать юнит-экономику продукта



3. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Создание и коммерциализация новых продуктов» относится к «Модулю "Управление цифровым продуктом"».

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

Очная форма обучения

Вид учебной работы по дисциплине	Всего (в з/е и часах)	Семестр 7 (в часах)
Общая трудоемкость дисциплины	3/108	108
Контактная работа – Аудиторные занятия	36	36
<i>Лекции</i>	<i>2</i>	<i>2</i>
<i>Семинары, практические занятия</i>	<i>34</i>	<i>34</i>
<i>Самостоятельная работа</i>	<i>72</i>	<i>72</i>
Вид текущего контроля	Проектная работа	Проектная работа
Вид промежуточной аттестации	Зачет	Зачет



5. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам) дисциплины с указанием их объемов (в академических часах) и видов учебных занятий

5.1. Содержание дисциплины

Тема 1. Новый товар, его особенности

Понятие «новый товар». Классификация новых товаров. Мотивация разработки нового товара. Проблемы и особенности процесса разработки и вывода на рынок новых товаров в системе внешних и внутренних факторов фирмы. Потребность в новых товарах. Роль новых продуктов в процессе формирования стратегии развития предприятия. Успехи и неудачи фирм. Провалы (абсолютный и относительный) новых товаров. Риск и неопределенность при выведении новых товаров на рынок. Проблемы управления разработкой новых товаров.

Тема 2. Основные этапы процесса разработки и вывода нового товара на рынок

Корпоративная стратегия: основа создания новых товаров. Стратегии развития товара относительно инвестиционных целей. Жизненный цикл новых товаров. Особенности жизненного цикла различных товаров. Взаимосвязь инновационной стратегии и тактики маркетинга на разных стадиях развития рынка и компании. Анализ сильных и слабых сторон продукта. SWOT - анализ. Этапы разработки нового товара. Поиск новых идей новых товаров и превращение идеи в товар. Первоначальный отбор идей товара. Методы функционального анализа. Разработка концепции товара. Исследование потребностей, каналов сбыта и продвижения, конкурентов. Роль экономических исследований. Действия успешных компаний на этапе, предшествующем проектированию нового товара. Проектирование нового товара. Разработка прототипов продукта. Подготовка производства нового товара. Интегральная оценка инновационных проектов. 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. Запуск производства нового товара.

Тема 3. Методики создания новых идей

Анализ идей потребителей, сотрудников, посредников, партнеров, других стейкхолдеров. Бенчмаркинг. Анализ кривых ценностей. Мозговой штурм.



Латеральный сдвиг. ТРИЗ — теория решения изобретательских задач Г. Альтшуллтера.

Тема 4. Исследования и анализ при разработке и выведении новых товаров на рынок

Методы оценки бизнес-идей. Экспертная оценка бизнес-идеи. Матрица Бостонской консалтинговой группы (БКГ) «рост рынка/доля рынка». Многокритериальная портфельная матрица General Electric и McKinsey. Многокритериальная матрица продуктового портфеля (MDA). Прогнозирование рынка. Использование совместного анализа (Choice-Based Conjoint) для выбора атрибутов нового товара.

Тема 5. Конкурентоспособность новых товаров

Конкуренция и новые товары. Показатели конкурентоспособности. Анализ факторов, формирующих техническую сторону конкурентоспособности товара. Экономические показатели конкурентоспособности. Методы дифференциальной, комплексной и интегральной оценки конкурентоспособности товара. Качество как фактор успеха: качество изготовления, обслуживания. Оценка уровня товародвижения и продвижения.

Тема 6. Организационные и финансово-экономические аспекты процессов разработки нового товара

Организационные структуры управления разработкой новых товаров на фирмах. Продуктовая и дивизионная структура. Параллельно-последовательная схема. Матрица взаимодействия подразделениями в процессе выполнения проектов. Многофункциональные рабочие группы. Состав рабочих групп. Современные организационные формы разработки и освоения нововведений. Совместные предприятия и стратегические альянсы. Финансовые аспекты разработки нового товара. Расходы на основные этапы создания нового продукта. Финансовый анализ проекта, критерии и показатели его эффективности. Привлечение капитала в исследования и разработки. Оптимизация процессов разработки нового товара.

Тема 7. Особенности выведения нового товара на рынок

Выход на рынок нового товара. Продвижение нового товара. Особенности распространения на рынке. Субъекты рынка: новаторы, последователи и др. Стратегии обеспечения ценовой конкурентоспособности. Методы продвижения нового товара. Психологические причины покупок. Коммуникационная политика фирмы в области новых товаров. Интегрированные маркетинговые коммуникации. Современные



формы маркетинговых коммуникаций их роль в успехе нового товара. Реклама нового продукта, стимулирование сбыта, директ-маркетинг и др. Роль марки в продвижении нового продукта. Бренды.



5.2. Учебно – тематический план

Очная форма обучения

п/ п	Наименование тем (разделов) дисциплины	Трудоемкость в часах				
		Всего	Контактная работа - Аудиторная работа			Самостоятельная работа
			Общая, в т.ч.:	Лекции	Семинары, практические занятия	
1	Новый товар, его особенности	16	6	2	4	10
2	Основные этапы процесса разработки и вывода нового товара на рынок	14	4	0	4	10
3	Методики создания новых идей	14	4	0	4	10
4	Исследования и анализ при разработке и выведении новых товаров на рынок	14	4	0	4	10
5	Конкурентоспособность новых товаров	18	6	0	6	12
6	Организационные и финансово-экономические аспекты процессов разработки нового товара	16	6	0	6	10
7	Особенности выведения нового товара на рынок	16	6	0	6	10
В целом по дисциплине		108	36	2	34	72



5.3. Содержание семинаров, практических занятий

Наименование тем (разделов) дисциплины	Перечень вопросов для обсуждения на семинарах, практических занятиях	Формы проведения занятий
Новый товар, его особенности	1.Понятие «новый товар». Классификация новых товаров. 2.Проблемы и особенности процесса разработки и вывода на рынок новых товаров в системе внешних и внутренних факторов фирмы. 3.Потребность в новых товарах. 4.Роль новых продуктов в процессе формирования стратегии развития предприятия 5.Проблемы управления разработкой новых товаров.	Дискуссия, групповая работа
Основные этапы процесса разработки и вывода нового товара на рынок	1.Этапы разработки нового товара. 2.Поиск новых идей новых товаров и превращение идеи в товар. 3.Первоначальный отбор идей товара. Методы функционального анализа. 4. Разработка концепции товара. 5. Исследование потребностей, каналов сбыта и продвижения, конкурентов. 6.Проектирование нового товара. 7.Разработка прототипов продукта. 8.Подготовка производства нового товара. 9.Интегральная оценка инновационных проектов. 10. Запуск производства нового товара	Дискуссия, групповая работа
Методики создания новых идей	1.Анализ идей потребителей, сотрудников, посредников, партнеров, других стейкхолдеров. 2. Бенчмаркинг. 3.Анализ кривых ценностей. 4.Мозговой штурм. 5. Латеральный сдвиг. 6. ТРИЗ — теория решения изобретательских задач Г. Альтшуллтера.	Дискуссия, групповая работа



Наименование тем (разделов) дисциплины	Перечень вопросов для обсуждения на семинарах, практических занятиях	Формы проведения занятий
Исследования и анализ при разработке и выведении новых товаров на рынок	1.Экспертная оценка бизнес-идеи. 2.Матрица Бостонской консалтинговой группы (БКГ) «рост рынка/доля рынка». 3.Много-критериальная портфельная матрица General Electric и McKinsey. Многокритериальная матрица продуктового портфеля (MDA). 4.Использование совместного анализа (ChoiceBased Conjoint) для выбора атрибутов нового товара.	Дискуссия, групповая работа
Конкурентоспособность новых товаров	1.Конкуренция и новые товары. Показатели конкурентоспособности. 2.Анализ факторов, формирующих техническую сторону конкурентоспособности товара. Экономические показатели конкурентоспособности. 3.Качество как фактор успеха: качество изготовления, обслуживания. 4.Оценка уровня товародвижения и продвижения.	Дискуссия, проведение тестирования.
Организационные и финансово-экономические аспекты процессов разработки нового товара	1. Организационные структуры управления разработкой новых товаров на фирмах. 2. Продуктовая и дивизионная структура. 3. Параллельно-последовательная схема. 4. Матрица взаимодействия подразделениями в процессе выполнения проектов. 5. Многофункциональные рабочие группы. Состав рабочих групп. 6. Финансовые аспекты разработки нового товара. Расходы на основные этапы создания нового продукта.	Дискуссия, групповая работа



Наименование тем (разделов) дисциплины	Перечень вопросов для обсуждения на семинарах, практических занятиях	Формы проведения занятий
Особенности вывода нового товара на рынок	1. Особенности распространения на рынке. Субъекты рынка: новаторы, последователи и др. 2. Методы продвижения нового товара. Психологические причины покупок. Коммуникационная политика фирмы в области новых товаров. 3. Современные формы маркетинговых коммуникаций их роль в успехе нового товара. 4. Реклама нового продукта, стимулирование сбыта, директ-маркетинг и др. 5. Роль марки в продвижении нового продукта. Бренды.	Командная защита проектов



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
Новый товар, его особенности	1.Мотивация разработки нового товара 2. Риск и неопределенность при выведении новых товаров на рынок.	Изучение литературы по теме; решение задач, подготовка к дискуссии
Основные этапы процесса разработки и вывода нового товара на рынок	1.Действия успешных компаний на этапе, предшествующем проектированию нового товара. 2. 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.	Изучение литературы по теме; решение задач, подготовка к дискуссии
Методики создания новых идей	1.ТРИЗ - теория решения изобретательских задач Г. Альтшуллера.	Изучение литературы по теме; решение задач, подготовка к дискуссии
Исследования и анализ при разработке и выведении новых товаров на рынок	Прогнозирование рынка	Изучение литературы по теме; решение задач, подготовка к дискуссии
Конкурентоспособность новых товаров	Методы дифференциальной, комплексной и интегральной оценки конкурентоспособности товара.	Изучение литературы по теме; решение задач, подготовка к дискуссии
Организационные и финансово-экономические	Финансовый анализ проекта, критерии и показатели его эффективности. Привлечение капитала в исследования и разработки.	Изучение литературы по теме; решение задач, подготовка к дискуссии



Наименование тем (разделов) дисциплины	Перечень вопросов, отводимых на самостоятельное освоение	Формы внеаудиторной самостоятельной работы
аспекты процессов разработки нового товара		
Особенности вывода нового товара на рынок	1.Стратегии обеспечения ценовой конкурентоспособности. 2. Интегрированные маркетинговые коммуникации.	Изучение литературы по теме; подготовка проектной работы



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

Примерные задания (перечень тем) для выполнения командной проектной работы

1. Исследования при разработке продукта.
2. Патентный анализ в выявлении направлений развития компании.
3. Исследования при выводе нового продукта на рынок.
4. Исследования в тестировании маркетинговых возможностей выбранного продукта.
5. Исследование в определении потребительского сегмента бизнес-модели выбранного продукта.
6. Исследование в определении демографических групп покупателей.
7. Исследование в определении цифрового дизайна создаваемого продукта.
8. Исследования при разработке новых решений существующей проблемы в компании.
9. Экспериментальный маркетинг в рекламе нового продукта.

1. Примеры типовых практических заданий

1) Для выбранного вами цифрового продукта необходимо:

1. составить список проблем, которые решают продукты конкурентов (описать, для какой целевой аудитории решаются проблемы, насколько важна каждая из выявленных проблем для целевой аудитории).

2. Составить список продуктовых фиш, которые закрывают эти проблемы, и проанализировать их наличие у продуктов конкурентов.

3. Составить список конкурентных преимуществ собственного продукта.

2) Разработка новых продуктов имеет ясную цель. Она является частью корпоративной политики. Эта цель может быть наилучшим образом описана как:

- a. укрепление сложившегося имиджа компании
- b. извлечение прибыли из know-how, которым обладает компания в настоящее время
- c. укрепление или улучшение рыночных позиций компании
- d. всегда быть на шаг впереди конкурентов

3) В зависимости от различных стратегий роста, разработка продукта может играть (или не играть) важную роль. В какой стратегии степень новизны разрабатываемого продукта может быть оценена в 1 или 2?

- a. проникновение на рынок
- b. развитие рынка
- c. развитие продукта



d. диверсификация

3. Посмотрите на следующие два утверждения:

I. Обычно на рынке больше продуктов с низкой степенью новизны (3 или 4), чем продуктов с высокой степенью новизны (1 или 2).

II. Чем выше степень новизны, тем выше риск разработки продукта

a. I и II - верно

b. I- верно, II - неверно

c. I- неверно, II - верно

d. I и II - неверно

4) Процесс разработки продукта проходит в несколько стадий. Какой порядок следования стадий является правильным?

a. Предварительное исследование, предварительная оценка, разработка продукта, разработка концепций

b. Предварительное исследование, разработка концепции, предварительная оценка, разработка, анализ, рыночные тесты, выход на рынок

c. Предварительное исследование, предварительная оценка, разработка концепции, анализ, разработка продуктов, рыночные тесты, выход на рынок

d. Предварительное исследование, предварительная оценка, разработка концепции, разработка продукта, анализ, рыночные тесты, выход на рынок

В процессе разработки продукта проводится оценка соответствия идеи продукта рыночным и производственным возможностям компании. Это происходит на:

a. Стадии предварительной оценки

b. Стадии анализа

c. Стадии разработки

d. Стадии тестирования

2. Примерная тематика вопросов для дискуссии

1. Современные формы маркетинговых коммуникаций их роль в успехе нового продукта
2. Разработка уникального товарного предложения как ключевого атрибута нового продукта
3. Планирование деятельности по разработке новой продукции (Roadmap)
4. Совершенствование управления разработкой новых товаров на фирмах
5. Стратегии обеспечения ценовой конкурентоспособности новой продукции
6. Привлечение капитала в исследования и разработки новой продукции
7. Прогнозирование рынка нового товара

Дополнительная информация



Критерии балльной оценки различных форм текущего контроля успеваемости содержатся в соответствующих методических рекомендациях Кафедры стратегического и инновационного развития Факультета "Высшая школа управления".



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

Перечень компетенций с указанием индикаторов их достижения в процессе освоения образовательной программы 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

Наименование компетенции	Наименование индикаторов достижения компетенции	Результаты обучения (умения и знания), соотнесенные с индикаторами достижения компетенции	Типовые контрольные задания
ПKN-7. Способность выявлять и реализовывать рыночные возможности, а также владеть навыками бизнес-планирования	Анализирует источники и выявляет предпринимательские возможности в условиях изменения внешней среды	Знать: Методы выявления и оценки новых рыночных возможностей, а также разработки бизнес-планов для создания и развития новых направлений деятельности организаций Уметь: Выявлять и оценивать новые рыночные возможности для организации с це-	1. Кейс: "Интервью с потенциальными клиентами" В решении кейса студентам необходимо: 1. Определить круг потенциальных пользователей. 2. Разработать для них вопросы интервью по проблеме, узнать, в каких решениях они нуждаются. 3. Обсудить в конце интервью, было бы им интересно то, что предлагается. 4. Задokumentировать интервью. Выделить в них ключевые инсайты и проанализировать, подкрепляют они первоначальную бизнес-идею или противоречат ей. 5. Скорректировать исходную бизнес-идею и первоначальную бизнес-модель, если в этом возникла необходимость. Контрольные вопросы и задания по кейсу



Наименование компетенции	Наименование индикаторов достижения компетенции	Результаты обучения (умения и знания), соотнесенные с индикаторами достижения компетенции	Типовые контрольные задания
		лью разработки и реализации бизнес-планов для новых направлений деятельности	1. Какие инсайты появились в ходе интервью с потенциальными пользователями? 2. Какие вопросы в начале интервью позволили понять, является ли собеседник вашим потенциальным клиентом? 3. Какие вопросы раскрывали отношение пользователя к проблеме? Как определялось, является ли проблема важной и готов ли пользователь тратить время и деньги на ее решение? 4. Какие моменты в интервью можно записать в поддержку бизнес-идеи, а какие свидетельствуют о неприятии этого варианта пользователями 5. Как планируется работать с выявленными возражениями? 2. Расчетная задача. Рассчитай эффект инициатив: как изменится юнит-экономика при внедрении выбранного цифрового продукта. Аргументируйте, почему нужно принять то или иное решение и как оно может повлиять на бизнес компании.
	Владеет навыками реализации бизнес-идеи и формирования бизнес-моделей	Знать: Сущность, этапы построения и анализа бизнес-модели как инструмента стратегического управления организацией	1. Кейс-задача "Анализ конкурентов". Задание 1. Для выбранного вами цифрового продукта необходимо: 1. составить список проблем, которые решают продукты конкурентов (описать, для какой целевой аудитории решаются проблемы, насколько важна каждая из выявленных проблем для целевой аудитории).



Наименование компетенции	Наименование индикаторов достижения компетенции	Результаты обучения (умения и знания), соотнесенные с индикаторами достижения компетенции	Типовые контрольные задания
		Уметь: Внедрять и трансформировать текущую бизнес-модель	2. Составить список продуктовых фиш, которые закрывают эти проблемы, и проанализировать их наличие у продуктов конкурентов. 3. Составить список конкурентных преимуществ собственного продукта. Задание 2. На основе кейс-задачи определите и рассчитайте: 1. Какой размер у рынка продукта, какова его скорость роста и иные характеристики? 2. Какие технологические решения востребованы в этой отрасли? 3. Какие компании являются ближайшими конкурентами? Каковы сильные и слабые стороны предлагаемых ими продуктов? 4. Какими конкурентными преимуществами обладает ваш продукт? Ответ и расчеты обоснуйте.
	Владеет методиками анализа и расчета экономических и финансовых показателей и формирования бизнес-плана.	Знать: количественные и качественные методы анализа эффективности и результативности бизнеса при принятии управленческих решений	Решение задач по применению различных методов оценки бизнес-идеи. Задача 1. Компания хочет улучшить юнит-экономику и сначала предлагает проанализировать текущую удовлетворённость клиентов. а) Рассчитайте NPS для офлайн- и онлайн-магазина. б) Какой вывод можно сделать из полученных результатов? Задача 2. На основе результатов задачи 1: - предложите минимум три инициативы по улучшению юнит-экономики каждого магазина.



Наименование компетенции	Наименование индикаторов достижения компетенции	Результаты обучения (умения и знания), соотнесенные с индикаторами достижения компетенции	Типовые контрольные задания
		Уметь: строить экономические, финансовые и организационно-управленческие модели	- найдите и подсветите риски каждой инициативы. 3. Кейс-задача "Финансовая модель. Ценообразование" Задание 1. Для выбранного вами цифрового продукта необходимо определить и рассчитать: 1. Капитальные затраты на проектирование, разработку и запуск продукта. 2. Операционные затраты, связанные с развитием продукта, поддержкой и обслуживанием, маркетингом и продажами. 3. Модель монетизации продукта. 4. Количество продаж, которое необходимо для обслуживания текущих операционных затрат на продукт (точка безубыточности). 5. Количество продаж, необходимое для возмещения всех затрат на реализацию проекта. 6. Точку безубыточности и срок окупаемости для различных прогнозов продаж (оптимистичного, пессимистичного, наиболее вероятного). Задание 2. На основе кейс-задачи определите и рассчитайте: 1. Какова модель монетизации продукта (подписка, рекламная модель, комплексная модель, иная)? 2. Какие данные использовались при составлении плана продаж? 3. Какие статьи расходов в капитальных затратах? 4. Какие статьи расходов в операционных затратах? 5. Сколько стоит выпуск продукта?



Наименование компетенции	Наименование индикаторов достижения компетенции	Результаты обучения (умения и знания), соотнесенные с индикаторами достижения компетенции	Типовые контрольные задания
ПКП-4. Способность планирования и организации вывода продукта и его обновлений на рынок, анализа продаж продукта и управления показателями успешности продукта	демонстрирует навыки вывода нового продукта и его обновлений на рынок	Знать: Методы организации процессов запуска и разработки стратегии выхода продукта на рынок Уметь: Использовать инструменты маркетинга, планирования, контроля и стратегического развития продукта	Задача 1. На основании представленных данных об инновационном проекте по разработке и внедрению новшества в компании, рассчитайте экономические показатели эффективности такого проекта. Задача 2. Приведите пример российского инновационного продукта или технологии, которые получили широкое распространение. Опишите основные блоки используемой для коммерциализации новшества модели бизнеса. Кейс-задача 3. Задание 1. Опишите ценностное предложение продукта: ключевые характеристики и преимущества, основные потребности целевой аудитории, которые решает продукт, а также сформулируйте уникальное торговое предложение. Задание 2. Постройте карту клиентского пути (CJM) с учётом особенностей выбранного продукта. Задание 3. Определите оптимальный ценовой диапазон, ориентируясь на покупательскую способность населения в регионе (Value-Based Pricing), структуру доходов и расходов целевой аудитории или другие гипотезы. Нет необходимости самостоятельно проводить опросы населения, достаточно сделать анализ открытых данных.
	Анализирует продажи продукта, метрики привлечения пользователей и ис-	Знать: Методы проведения маркетингового анализа, анализа продаж и метрики продукта	1. Тестовое задание. Создание специальных панелей магазинов, которые согласны за определенную плату испытать различные методы продажи продукта - это: а) стандартное тестирование рынка б) контрольное тестирование рынка в) имитационное тестирование рынка



Наименование компетенции	Наименование индикаторов достижения компетенции	Результаты обучения (умения и знания), соотнесенные с индикаторами достижения компетенции	Типовые контрольные задания
	пользования продукта	Уметь: Рассчитывать юнит-экономику продукта	2. Тестовое задание. Предпосылками будущего успеха нового товара на рынке являются (может быть несколько вариантов): а) адаптированность продукта к требованиям рынка б) наличие четкого замысла товара на этапах, предшествующих разработке в) сотрудничество между различными подразделениями компании г) отсутствие необходимости патентовать разработку д) верный ответ отсутствует 3. Кейс-задача. Опишите каналы привлечения клиентов и дистрибьюции для выбранного продукта. Задание 1. Оцените эффективность основных каналов, предположив САС и конверсию. Задание 2. Оцените и обоснуйте, как изменение цены продукта может повлиять на поведение потребителей. Нет необходимости производить расчёты эластичности спроса по цене, но нужно сделать бинарный выбор о том, эластичен ли ваш спрос или нет. Задание 3. Составьте маркетинговую воронку привлечения клиентов. Задание 4. Сформулируйте Marketing mix, используя фреймворк 4Р.



Примеры практико-ориентированных заданий

Кейс-задача. Опишите бизнес-процессы, образующие value-chain вашей компании и то, как value-chain нового продукта встроится в существующий value-chain компании.

Задание 1. Составьте структуру расходов, необходимых для ведения бизнеса: капитальные и операционные затраты.

Задание 2. Оцените ключевые показатели эффективности для операционных метрик и рассчитайте их значения, используя свои предположения.

Задание 3. Используйте метод Cost-Based Pricing и определите оптимальный ценовой диапазон, с которым вы рекомендуете компании выйти на рынок.

Примеры вопросов для подготовки к промежуточной аттестации

Примерные вопросы для подготовки к зачету

1. Понятие «новый товар». Классификация новых товаров.
2. Проблемы и особенности процесса разработки и вывода на рынок новых товаров в системе внешних и внутренних факторов фирмы.
3. Потребность в новых товарах. Роль новых продуктов в процессе формирования стратегии развития предприятия
4. Проблемы управления разработкой новых товаров.
5. Этапы разработки нового товара. Поиск новых идей новых товаров и превращение идеи в товар.
6. Первоначальный отбор идей товара. Методы функционального анализа. Разработка концепции товара.
7. Исследование потребностей, каналов сбыта и продвижения, конкурентов.
8. Проектирование нового товара. Разработка прототипов продукта.
9. Анализ идей потребителей, сотрудников, посредников, партнеров, других стейкхолдеров.
10. Бенчмаркинг.
11. Анализ кривых ценностей.
12. ТРИЗ — теория решения изобретательских задач Г. Альтшуллтера.
13. Анализ факторов, формирующих техническую сторону конкурентоспособности товара.
14. Экономические показатели конкурентоспособности.
15. Качество как фактор успеха: качество изготовления, обслуживания.
16. Оценка уровня товародвижения и продвижения.
17. Методы дифференциальной, комплексной и интегральной оценки конкурентоспособности товара.



18. Стратегии обеспечения ценовой конкурентоспособности.
19. Интегрированные маркетинговые коммуникации.



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

Основная литература:

1. Остервальдер, А. Построение бизнес-моделей. Настольная книга стратега и новатора : Пер. с англ. / А. Остервальдер, И. Пинье 6-е изд. М. : Альпина Паблишер, 2016 288 с. + Тираж 4000 экз. <https://finunivers.alpinadigital.ru/book/351> ISBN 978-5-9614-5371-3 ISBN 978-5-9614-5828-2. [БИК ID: 39]
2. Попадюк, Татьяна Геннадьевна Инновации и современные модели бизнеса : Учебник / Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации 1 Москва : ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М", 2024 334 с. (Высшее образование (Финансовый университет)) ВО - Бакалавриат <https://znanium.com/catalog/document?id=432210> ISBN 978-5-16-019078-5 ISBN 978-5-16-110780-5 (электр. издание) . [БИК ID: RU\infra-m\znanium\bibl\2079311]

Дополнительная литература:

1. Управление маркетингом : Учебник и практикум для бакалавров : Учебник / Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации 2 Москва : Издательско-торговая корпорация "Дашков и К", 2023 366 с. ВО - Бакалавриат <https://znanium.com/catalog/document?id=432111> ISBN 978-5-394-05444-0. [БИК ID: RU\infra-m\znanium\bibl\2084833]
2. Баланов, А. Н. Продакт-менеджмент [Электронный ресурс] : учебник для вузов / Баланов А. Н. Санкт-Петербург : Лань, 2024 668 с. Книга из коллекции Лань - Экономика и менеджмент <https://e.lanbook.com/book/402941> ISBN 978-5-507-48977-0. [БИК ID: RU-LAN-BOOK-402941]

Нормативные правовые акты:

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

1. Электронная библиотека Финансового университета (ЭБ) <http://elib.fa.ru/> (<http://library.fa.ru/files/elibfa.pdf>)
2. Электронно-библиотечная система BOOK.RU <http://www.book.ru>



10. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Студентам необходимо: ознакомиться с содержанием рабочей программы дисциплины, с целями и задачами дисциплины, ее связями с другими дисциплинами образовательной программы.

Продуктивность усвоения учебного материала во многом определяется интенсивностью и качеством самостоятельной работы студента. Самостоятельная работа предполагает формирование культуры умственного труда, самостоятельности и инициативы в поиске и приобретении знаний; закрепление знаний и навыков, полученных на всех видах учебных занятий; подготовку к предстоящим занятиям, экзаменам; выполнение контрольных, рефератов. Самостоятельный труд развивает такие качества, как организованность, дисциплинированность, волю, упорство в достижении поставленной цели, вырабатывает умение анализировать факты и явления, учит самостоятельному мышлению, что приводит к развитию и созданию собственного мнения, своих взглядов. Умение работать самостоятельно необходимо не только для успешного усвоения содержания учебной программы, но и для дальнейшей творческой деятельности.

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

- руководствоваться графиком самостоятельной работы, определенным РПД;
- выполнять все плановые задания, выданные преподавателем для самостоятельной подготовки, разбирать на семинарах и консультациях неясные вопросы.

Рекомендации по выполнению проектной работы

Проектная работа предназначена для закрепления, углубления и систематизации практических навыков, полученных студентами в ходе изучения дисциплины.

Эта деятельность, позволит проявить себя в команде и даёт возможность студентам попробовать свои силы, реализовать свои идеи и задумки, принести пользу или финансовую выгоду. Студент формулирует с помощью преподавателя интересующую его проблему, когда результат этой деятельности — найденный способ решения проблемы — носит практический характер, имеет важное прикладное значение и, что весьма важно, интересен и значим для самих открывателей.

В ходе реализации проектной работы студенты на занятиях отрабатывают различные формы документов из которых складываются иницирующая и



планирующая часть проекта. Формы для заполнения разрабатываются преподавателем и выдаются студентам перед началом проектной работы. Все аналитические задачи, решаемые в ходе инициации и планирования проекта должны включать самостоятельно проведенный анализ рассматриваемых разделов с использованием концепций и аналитического инструментария, которым владеет студент и показывать готовность студента решать данные задачи на практике.

Проект разрабатывается студентами в командах и по мере разработки по элементам представляется ведущему преподавателю. Итогом проекта становится обоснование и планирующая часть проекта, который в случае реализации принесёт практическую пользу студенту или организации, заказавшей проект.

Защита представленных в проекте материалов производится на семинарском занятии перед группой и преподавателем в виде публичного доклада в котором отражаются основные элементы проекта и концентрируется внимание на методике разработки проекта, на соблюдении последовательности разработки и её полноте. Баллы за проект входят в 40 баллов, которые студент получает за текущую работу над дисциплиной.

Методические рекомендации по работе с литературой

Работу с литературой целесообразно начать с изучения общих работ по теме, а также учебников и учебных пособий. Далее рекомендуется перейти к анализу монографий и статей, рассматривающих отдельные аспекты проблем, изучаемых в рамках курса, а также официальных материалов и неопубликованных документов (научно-исследовательские работы, диссертации), в которых могут содержаться основные вопросы изучаемой проблемы. Работу с источниками надо начинать с ознакомительного чтения, т.е. просмотреть текст, выделяя его структурные единицы. При ознакомительном чтении закладками отмечаются те страницы, которые требуют более внимательного изучения.

Методические рекомендации по подготовке к дискуссии

При подготовке к дискуссии обучающимся целесообразно использовать не только материалы семинаров, а рекомендованные преподавателем основную и дополнительную литературу. При подготовке целесообразно: внимательно изучить перечень вопросов и определить, в каких источниках находятся сведения, необходимые для ответа на них; внимательно прочитать рекомендованную литературу; составить краткие конспекты ответов (планы ответов).



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

Комплект лицензионного программного обеспечения:

1. Microsoft Office (Windows)
2. Антивирус Kaspersky

Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы

1. Информационно-правовая система «Гарант»
2. Информационно-правовая система «Консультант Плюс»

Сертифицированные программные и аппаратные средства защиты информации

1. не предусмотрены

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

1. Учебная аудитория для проведения учебных занятий, предусмотренных программой, в том числе групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, оснащенная оборудованием и техническими средствами обучения: мебель аудиторная (столы, стулья, доска аудиторная), набор демонстрационного оборудования (проектор, экран)
2. Помещение для самостоятельной работы обучающихся оснащенное компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа к электронной информационно-образовательной среде Университета.
3. Библиотека, читальный зал