

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

Ярославский филиал Финуниверситета

Кафедра «Менеджмент и общегуманитарные науки»

СОГЛАСОВАНО

УТВЕРЖДАЮ

Генеральный директор

ЗАО «Железобетон»



« 17 » 02

В.В. Русалович

2025 г.

Директор

Ярославского филиала

Финуниверситета



« 18 » 02

В.А. Кваша

2025 г.

Автор: А. П. Карасев

ГЕНЕРАЦИЯ ИДЕИ И СОЗДАНИЕ MVP ПРОДУКТА

Рабочая программа дисциплины

для студентов, обучающихся по направлению (ям) подготовки

38.03.02 «Менеджмент»,

профиль: «Менеджмент и управление бизнесом»

(очная форма обучения)

Рекомендовано Ученым советом Ярославского филиала Финуниверситета (протокол № 26 от 17.06.2025)

Одобрено кафедрой «Менеджмент и общегуманитарные науки» (протокол № 10 от 10.06.2025)

Ярославль 2025

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	4
4. Объем дисциплины (модуля) в зачетных единицах и в академических часах с выделением объема аудиторной (лекции, семинары) и самостоятельной работы обучающихся (в семестре, в сессию).....	4
5. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам) дисциплины с указанием их объемов (в академических часах) и видов учебных занятий.....	4
5.1. Содержание дисциплины	4
5.2. Учебно-тематический план	5
5.3. Содержание семинаров, практических занятий.....	6
6. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине.....	6
6.1. Перечень вопросов, отводимых на самостоятельное освоение дисциплины, формы внеаудиторной самостоятельной работы.....	6
6.2. Перечень вопросов, заданий, тем для подготовки к текущему контролю.	7
7. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине.....	15
7.1 Перечень компетенций с указанием индикаторов их достижения в процессе освоения образовательной программы	15
7.2. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки индикаторов достижения компетенций, умений и знаний.....	15
7.3. Соответствующие приказы, распоряжения ректората о контроле уровня освоения дисциплин и сформированности компетенций студентов.....	18
8. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины	18
9. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины	19
10. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины.....	19
11. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень необходимого программного обеспечения и информационных справочных систем	20
12. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине	20

1. Наименование дисциплины

Дисциплина Б.1.2.2.2.4.1 «Генерация идеи и создание MVP продукта».

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

Дисциплина «Генерация идеи и создание MVP продукта» обеспечивает формирование следующих компетенций.

Таблица 1 – Структура планируемых результатов обучения по дисциплине

Код компетенции	Наименование компетенции	Индикаторы достижения компетенции	Результаты обучения (владения, умения и знания), соответствующие с компетенциями/индикаторами достижения компетенции
ПКН-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: источники и предпринимательские возможности в условиях изменения внешней среды Уметь: анализировать источники и выявлять предпринимательские возможности в условиях изменения внешней среды Знать: навыки реализации бизнес-идеи и формирования бизнес-моделей Уметь: владеть навыками реализации бизнес-идеи и формирования бизнес-моделей Знать: методики анализа и расчета экономических и финансовых показателей и формирования бизнес-плана Уметь: владеть методиками анализа и расчета экономических и финансовых показателей и формирования бизнес-плана
ПКП-4	Способность участвовать в разработке программ развития компании, разработке обоснований проектов и управленческих решений, связанных с развитием бизнеса	1. Разрабатывает концепцию проекта, иерархическую структуру работ, календарно-ресурсный план и контроль за ходом программ развития организации.	Знать: концепцию проекта, иерархическую структуру работ, календарно-ресурсный план и контроль за ходом программ развития организации. Уметь: разрабатывать концепцию проекта, иерархическую структуру работ, календарно-ресурсный план и контроль за ходом программ развития организации

		2. Применяет современные модели развития и управления организацией.	Знать: современные модели развития и управления организацией Уметь: применять современные модели развития и управления организацией
--	--	---	--

3. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Генерация идеи и создание MVP продукта» входит в элективный цикл профиля части, формируемой участниками образовательных отношений, учебного плана по направлению 38.03.02 Менеджмент, профиль «Менеджмент и управление бизнесом», очная форма обучения.

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

Таблица 2 – Объем дисциплины в зачетных единицах и академических часах

Вид учебной работы по дисциплине	Всего (в з/е и часах)	Семестр (модуль) 6 в (часах)
Общая трудоёмкость дисциплины	3 з.е./108 ч.	108
<i>Контактная работа – Аудиторные занятия</i>	<i>36</i>	<i>36</i>
<i>Лекции</i>	<i>2</i>	<i>2</i>
<i>Семинары, практические занятия</i>	<i>34</i>	<i>34</i>
Самостоятельная работа	72	72
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. Основные понятия продукта.

Понятие товара. Три уровня товара: товар по замыслу, товар в реальном исполнении, товар с подкреплением. Классификация товаров. Продукт и услуга. Основные особенности услуги как особого вида товара. Виды услуг. Основные характеристики товара: товарная марка, упаковка, сервис. Товарная

политика. Основные методы работы с товарами. Товарный ассортимент и номенклатура. Качество и конкурентоспособность товаров.

Понятие MVP продукта. Основные цели и особенности MVP продукта.

Тема 2. Процесс разработки товара.

Генерация (создание) идей. Методы создания идей. Мониторинг рынка как источник создания идей. Научные работы и опытно-конструкторские разработки и их роль при создании идей. «Мозговой штурм». Прогнозирование спроса на рынке.

Анализ и отбор идей. Жизнеспособность и эффективность идеи. Разработка маркетинговой стратегии и анализ рынка при создании MVP продукта. Анализ производства и производственных мощностей. Анализ издержек и расчет себестоимости продукта. Анализ рыночных сегментов при разработке MVP продукта. Создание MVP продукта. Разработка товара по всем трем уровням. «Пробный маркетинг». Тестирование продукта. Вывод товара на рынок. Маркетинговое обеспечение внедрения товара на рынок.

Тема 3. Жизненный цикл продукта (ЖЦТ).

Концепция ЖЦТ. Цели ЖЦТ. Взаимосвязь концепции ЖЦТ и матрицы БКГ. Основные этапы ЖЦТ. Этап внедрения продукта на рынок. Этап роста. Этап зрелости и насыщения. Этап упадка.

Характеристика основных этапов ЖЦТ. Объем продаж или выручка. Прибыль. Издержки и себестоимость. Количество конкурентов. Тип потребителей. Вид товара по этапам. Маркетинговая стратегия предприятия. Цели маркетинга. Затраты на маркетинг. Распределение товаров.

Особые виды ЖЦТ. Модификация товара на этапе насыщения.

5.2. Учебно-тематический план

Таблица 3 – Содержание учебно-тематического плана изучения дисциплины

№ п/п	Наименование тем (разделов) дисциплины	Трудоемкость в часах						Формы текущего контроля успевае- мости
		Всего	Аудиторная работа				Само- стоя- тельная работа	
			Об- щая	Лекции	Семи- нары и практи- ческие занятия	Занятия в интерактив- ных формах		
1	Основные поня- тия продукта	39,5	14,5	0,5	14	7	25	Дискус- сия, ре- шение те- стов
2	Процесс разра- ботки товара	33	11	1	10	5	22	Дискус- сия, ре- шение си- туацион- ных задач

3	Жизненный цикл продукта (ЖЦТ)	35,5	10,5	0,5	10	5	25	Дискус-сия, ре-шение си-туацион-ных задач
	В целом по дисциплине:	108	36	2	34	17	72	Согласно учебному плану:
	Итого в %		100			47		108

5.3. Содержание семинаров, практических занятий

Таблица 4 – Темы дисциплины, формы проведения и содержание семинаров и 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
Тема 1. Основные понятия продукта.	Вопросы к практическому занятию: 1. Чем отличаются продукт и услуга? Объясните особенности деятельности предприятий в сфере услуг. 2. Как взаимосвязаны качество и конкурентоспособность товара / продукта? Поясните эти понятия и расскажите про их составляющие и факторы. 3. В чем заключаются особенности и цели создания MVP продукта? Поясните свой ответ. Рекомендуемые источники: раздел 8: 4-10; раздел 9: 1-10.	Дискуссия, решение тестов
Тема 2. Процесс разработки товара.	Вопросы к практическому занятию: 1. Опишите основные источники генерации идей о новых продуктах. 2. Приведите успешные и неудачные примеры тестирования MVP продукта. 3. Опишите технологию проведения «пробного маркетинга». Рекомендуемые источники: раздел 8: 4-10; раздел 9: 1-10.	Дискуссия, решение ситуационных задач
Тема 3. Жизненный цикл продукта (ЖЦТ).	Вопросы к практическому занятию: 1. Поясните сущность концепции ЖЦТ. 2. Сделайте краткую характеристику основных этапов ЖЦТ. Что нужно предпринимать фирме на каждом этапе? 3. По каким направлениям может проводиться модификация товара? Рекомендуемые источники: раздел 8: 4-10; раздел 9: 1-10.	Дискуссия, решение ситуационных задач

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

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

К внеаудиторным формам самостоятельной работы студентов относятся:

- подготовка к семинарскому занятию;
- подготовка к решению и проверке задач;
- подготовка проектной работы;
- подготовка к зачету.

На семинарских занятиях все студенты должны принимать активное участие в обсуждении изучаемых вопросов и уметь демонстрировать знание практического материала. При выступлении, студентам необходимо аргументировано излагать свою позицию, подкреплять ее конкретными данными, уметь обобщать, аргументировать и систематизировать статистические данные.

На семинарских занятиях преподаватель проверяет выполнение самостоятельных заданий и качество усвоения знаний.

Таблица 5 – Темы дисциплины, изучаемые вопросы и формы внеаудиторной самостоятельной работы

Наименование тем (разделов) дисциплины	Перечень вопросов, отводимых на самостоятельное освоение	Формы внеаудиторной самостоятельной работы
Тема 1. Основные понятия продукта.	1. Основные особенности услуги как особого вида товара. 2. Основные методы работы с товарами.	Изучение учебной литературы и нормативной базы, решение кейсов и выполнение практических работ, выполнение проектной работы
Тема 2. Процесс разработки товара.	1. Научные работы и опытно-конструкторские разработки и их роль при создании идей. 2. Анализ рыночных сегментов при разработке MVP продукта. 3. Маркетинговое обеспечение внедрения товара на рынок.	Изучение учебной литературы и нормативной базы, решение кейсов и выполнение практических работ, выполнение проектной работы
Тема 3. Жизненный цикл продукта (ЖЦТ).	1. Особые виды ЖЦТ. 2. Модификация товара на этапе насыщения.	Изучение учебной литературы и нормативной базы, решение кейсов и выполнение практических работ, выполнение проектной работы

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

Примерные темы для теоретической части проектной работы

1. Основные понятия в инновационном маркетинге.

2. Роль инструментов инновационного маркетинга в развитии рыночных процессов на финансовых рынках (на примере банковского, страхового, инвестиционного).
3. Особенности проведения инновационных исследований на финансовых рынках (на примере банковского, страхового, инвестиционного).
4. Инновационные технологии в информационном обеспечении маркетинговой деятельности.
5. Инновационные методы исследований потребителей на финансовых рынках (на примере банковского, страхового, инвестиционного).
6. Управление маркетинговыми инновациями в области анализа рынка.
7. Управление маркетинговыми инновациями в области товарной политики.
8. Управление маркетинговыми инновациями в области ценовой политики.
9. Управление маркетинговыми инновациями в области сбытовой политики.
10. Управление маркетинговыми инновациями в области маркетинговых коммуникаций.
11. Использование традиционных и инновационных инструментов интернет-маркетинга.
12. Особенности использования традиционных и инновационных инструментов интернет-маркетинга на финансовых рынках.
13. Интернет-ресурсы как инструменты инновационного маркетинга.
14. Продвижение сайта в Интернете.
15. Особенности продвижения сайта в Интернете финансовыми организациями (на примере банков, страховых, инвестиционных).
16. Омникальный маркетинг как современное направление интернет-маркетинга.
17. Инновационные технологии маркетинга в социальных сетях.
18. Современные тенденции развития социальных сетей в России.
19. Современные тенденции развития социальных сетей в мире.
20. Особенности использования социальных сетей финансовыми организациями (на примере банков, страховых, инвестиционных).

Задание для практической части проектной работы

1. Генерация идеи продукта.

В малой группе разработать идею нового продукта. Максимально подробно описать ее.

2. Разработка продукта.

Определите основные характеристики MVP продукта:

- показатели качества;
- упаковка;
- цена.

3. Определение целевого сегмента.

Выберите релевантные признаки сегментирования и выявите целевой сегмент рынка.

Оцените степень привлекательности MVP продукта для данного сегмента и его соответствие потребностям сегмента.

4. Продвижение продукта.

Предложите маркетинговую стратегию продвижения MVP продукта. Выберите методы и средства продвижения. Предложите идеи рекламного обращения.

Составьте календарный план продвижения MVP продукта.

Примечание: предприятия и товар/услугу студент выбирает самостоятельно по согласованию с преподавателем.

Предлагаемые варианты продуктовых категорий:

1. Молочные продукты.
2. Шоколадные изделия.
3. Мороженое.
4. Колбасные изделия.
5. Сыры.
6. Бытовая техника.
7. Косметика.
8. Автомобили.
9. Бытовые услуги.
10. Услуги сотовой связи.

Примеры тестовых заданий

Выберите правильные ответы:

1. К какому уровню относится такая характеристика товара, как упаковка:

- а) первый уровень – «товар по замыслу»;
- б) второй уровень – «товар в реальном исполнении»;
- в) третий уровень – «товар с подкреплением».

2. К какому уровню относится такая характеристика товара, как гарантийное обслуживание и ремонт:

- а) первый уровень – «товар по замыслу»;
- б) второй уровень – «товар в реальном исполнении»;
- в) третий уровень – «товар с подкреплением».

3. Чем услуга отличается от обычного товара:

- а) она не имеет материальной формы и потребляется в процессе производства;
- б) многие услуги осуществляются бесплатно;
- в) услуги нельзя хранить, что вызывает различные проблемы у предприятий, работающих в данной сфере;
- г) услуги не могут иметь товарной марки или бренда.

4. К какому типу услуг относится стрижка в парикмахерской (согласно классификации Д. Ловелока):

- а) осязаемые действия, направленные на тело человека;
- б) осязаемые действия, направленные на товары и другие физические объекты;
- в) неосязаемые действия, направленные на сознание человека;
- г) неосязаемые действия с неосязаемыми активами.

5. В чем заключаются преимущества использования бренда:

- а) увеличивается узнаваемость товара на рынке;
- б) снижаются издержки на производство товара;
- в) уменьшается сравнимость по ценам с товарами конкурентов;
- г) можно снизить цену товара.

6. В чем заключаются недостатки использования бренда для предприятия:

- а) гарантируется определенный уровень качества;
- б) требуется рекламная поддержка;
- в) улучшается узнаваемость товара на рынке.

7. Какую услугу необходимо добавить в систему сервиса при продаже бытовой техники по сравнению с продажей продуктов питания:

- а) консультирование потенциальных покупателей;
- б) замена некачественного товара;
- в) гарантийное обслуживание и ремонт.

8. Фирма выпустила новый вариант товара, и при этом продолжает производить и старую версию. Такой метод работы с товарами называется:

- а) инновация;
- б) вариация;
- в) дифференцирование.

9. Что является главным при оценке качества товара в маркетинге:

- а) используемые материалы и технология производства;
- б) соответствие ГОСТам, нормам и стандартам;
- в) мнение потребителей.

10. Для какого товара очень важно учитывать не только цену приобретения, но и цену потребления:

- а) продукты питания;
- б) канцелярские товары;
- в) холодильник.

11. Как соотносятся понятия «качество» и «конкурентоспособность» товара:

- а) конкурентоспособностью является составляющей качества;
- б) качество является составляющей конкурентоспособности;
- в) эти понятия мало связаны друг с другом.

12. Какой товар по вашему мнению обладает наибольшей степенью новизны:

- а) мужская бритва с плавающей головкой;
- б) USB-накопитель или «флешка»;
- в) первый телевизор.

13. В чем заключается главная цель проведения пробного маркетинга:

а) проверить насколько удачной оказалась идея и конкретное воплощение товара;

- б) донести информацию до потребителей;
- в) получить прибыль.

14. На каком этапе жизненного цикла товара объем продаж максимальный:

- а) внедрение;
- б) рост;
- в) зрелость;
- г) спад.

15. На каком этапе жизненного цикла товара прибыль может быть отрицательной:

- а) внедрение;
- б) рост;
- в) зрелость;
- г) спад.

16. На каком этапе жизненного цикла товара стратегия фирмы заключается в отстаивании своей рыночной доли:

- а) внедрение;
- б) рост;
- в) зрелость;
- г) спад.

17. На каком этапе жизненного цикла товара себестоимость продукции обычно самая высокая:

- а) внедрение;
- б) рост;
- в) зрелость;
- г) спад.

18. На каком этапе жизненного цикла товара ключевая цель маркетинга – создание лояльности покупателей:

- а) внедрение;
- б) рост;
- в) зрелость;
- г) спад.

19. На каком этапе жизненного цикла товара эффективна стратегия дифференцированного маркетинга:

- а) внедрение;
- б) рост;
- в) зрелость;
- г) спад.

20. На каких этапах жизненного цикла товара эффективна стратегия концентрированного маркетинга:

- а) внедрение;
- б) рост;
- в) зрелость;
- г) спад.

21. Жизненный цикл товара какого типа является наиболее коротким по времени:

- а) «гребешковая» или постоянная модификация;
- б) «мода»;
- в) «классический» товар.

22. На каком этапе жизненного цикла товара целесообразно провести модификацию с целью избежания в дальнейшем резкого снижения объема продаж:

- а) внедрение;
- б) рост;
- в) зрелость и насыщение;
- г) спад.

Критерии балльной оценки различных форм текущего контроля успеваемости

Оценка знаний студентов осуществляется в баллах с учетом оценки работы в семестре (написание домашнего творческого задания, аудиторных самостоятельных работ и домашних заданий, решение задач и участие в обсуждениях на практических занятиях и др.), оценки итоговых знаний (по результатам зачета или экзамена) и в соответствии с критериями Финансового университета реализуется следующим образом:

№п/п	Вид отчетности	Баллы
1.	Работа в семестре	40
2.	Зачет / Экзамен	60
	Итого:	100

Таблица 6 - Формы текущего контроля успеваемости и их балльная оценка

Критерий оценки	Баллы	Методика оценки
Посещение аудиторных занятий	7	Математический расчет $Оц = 7 \times Пз : Кз$ Где Оц – сумма баллов; Кз – количество аудиторных занятий по дисциплине; Пз – количество занятий, посещенных студентом
Активность при проведении аудиторных занятий	18	Доклад, презентация – 10 баллов. Участие в обсуждении – 2 балла. Выполнение кейсов – 2 балла. Выполнение практических заданий – 4 баллов
Активность при проведении вне-аудиторной работы	5	Подготовка материалов и выступление на студенческих научных конференциях, в печатных изданиях, в том числе и Университета - 5 баллов
Самостоятельная работа студента под руководством преподавателя	10	Выполнение письменной работы – 10 баллов

С целью стимулирования систематической подготовки студентов к практическим и семинарским занятиям по дисциплине в течение семестра вводится комплексный подход к оценке, получаемой студентами по итогам изучения дисциплины. На основании положения о системе оценки знаний студентов в Финансовом университете действует 100-балльная система оценки знаний. Это означает, что оценка, получаемая по итогам письменной экзаменационной работы, состоит из двух частей: текущего контроля студентов в семестре - максимальная оценка 40 баллов и результатов промежуточной аттестации - максимальная оценка 60 баллов.

Текущий контроль осуществляется в ходе учебного процесса и консультирования студентов, по результатам выполнения самостоятельных работ. Основными формами текущего контроля знаний являются:

- решение задач, тестов и их обсуждение с точки зрения умения формулировать выводы, вносить рекомендации и принимать адекватные управленческие решения;

- выполнение контрольных заданий и обсуждение результатов;

- обсуждения законодательных, правовых и нормативных актов.

Вторая составляющая оценивает устный ответ на зачете и не может превышать 60 баллов.

40 баллов, полученные студентом в течение семестра, должны означать самую высокую характеристику его работы. Такой балл получают студенты, которые на практических занятиях систематически показывают высокие результаты при опросах, проявляют активность при обсуждении изучаемых проблем, в полном объеме выполняют учебную программу, не имеют пропусков.

Максимальная оценка ответа на зачете оценивается в 60 баллов. Каждый вопрос в билете имеет свою долю в общей оценке в зависимости от сложности. Первый теоретический вопрос максимально оценивается 15 баллов, второй теоретический вопрос оцениваются также в 15 баллов, и пять тестов - по 6 баллов за каждый правильно решенный тест.

Экзаменационный билет предполагает два теоретических вопроса (каждый оценивается по 15 баллов) и решение практической задачи (30 баллов). В результате максимальная оценка за экзамен составляет 60 баллов.

Балльная система аттестации:

- студент, получивший от 50 до 100 баллов, считается аттестованным, получивший от 0 до 49 баллов - не аттестованным;

- студент, получивший от 50 до 69 баллов, считается аттестованным на «удовлетворительно»;

- студент, получивший от 70 до 85 баллов, считается аттестованным на «хорошо»;

- студент, получивший от 86 до 100 баллов, считается аттестованным на «отлично».

Таким образом, если студент по итогам работы в семестре набирает 21 балл, а по итогам письменной работы — 60 баллов, то общая сумма 81 балл соответствует окончательной оценке 4 «хорошо».

Если студент подошел к экзамену с оценкой 0 баллов, то при безупречном качестве письменной экзаменационной работы он может получить итоговую оценку по данной дисциплине только 60 баллов, что соответствует оценке «удовлетворительно».

О данном подходе к оценке знаний студентов преподаватель информирует студентов на первом семинарском (практическом) занятии. На последнем семинарском занятии студентам сообщается оценка, которую они получают по итогам работы в семестре.

Студенты могут улучшить свою оценку по итогам работы в семестре за счет отработки пропущенных занятий или полученных неудовлетворительных оценок на семинарах. Вместе с тем, все отработки могут быть осуществлены в консультационные дни в период не более двух консультаций с момента получения оценки «неудовлетворительно» или пропуска занятий. Только в случае

болезни студент может отрабатывать пропуски в более поздние сроки.

Отработка пропусков, имевших место по причине работы студентов во время занятий, не допускается.

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

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

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

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

Примерный перечень вопросов для подготовки к зачету

1. Понятие товара.
2. Три уровня товара: товар по замыслу, товар в реальном исполнении, товар с подкреплением.
3. Классификация товаров.
4. Продукт и услуга.
5. Основные особенности услуги как особого вида товара.
6. Виды услуг.
7. Товарная марка.
8. Упаковка.
9. Сервис.
10. Товарная политика.
11. Основные методы работы с товарами.
12. Товарный ассортимент и номенклатура.
13. Качество и конкурентоспособность товаров.
14. Понятие MVP продукта.
15. Основные цели и особенности MVP продукта.
16. Генерация (создание) идей.
17. Методы создания идей.
18. Мониторинг рынка как источник создания идей.
19. Научные работы и опытно-конструкторские разработки и их роль при создании идей.
20. «Мозговой штурм».
21. Прогнозирование спроса на рынке.
22. Анализ и отбор идей. Жизнеспособность и эффективность идеи.
23. Разработка маркетинговой стратегии и анализ рынка при создании

MVP продукта.

24. Анализ производства и производственных мощностей.
25. Анализ издержек и расчет себестоимости продукта.
26. Анализ рыночных сегментов при разработке MVP продукта.
27. Создание MVP продукта.
28. Разработка товара по всем трем уровням.
29. «Пробный маркетинг».
30. Тестирование продукта.
31. Вывод товара на рынок.
32. Маркетинговое обеспечение внедрения товара на рынок.
33. Концепция ЖЦТ. Цели ЖЦТ.
34. Взаимосвязь концепции ЖЦТ и матрицы БКГ.
35. Основные этапы ЖЦТ.
36. Этап внедрения продукта на рынок.
37. Этап роста.
38. Этап зрелости и насыщения.
39. Этап упадка.
40. Характеристика основных этапов ЖЦТ.
41. Объем продаж или выручка на разных этапах ЖЦТ.
42. Прибыль на разных этапах ЖЦТ.
43. Издержки и себестоимость на разных этапах ЖЦТ.
44. Количество конкурентов на разных этапах ЖЦТ.
45. Тип потребителей на разных этапах ЖЦТ.
46. Вид товара по этапам на разных этапах ЖЦТ.
47. Маркетинговая стратегия предприятия на разных этапах ЖЦТ.
48. Цели маркетинга на разных этапах ЖЦТ.
49. Затраты на маркетинг на разных этапах ЖЦТ.
50. Распределение товаров на разных этапах ЖЦТ.
51. Особые виды ЖЦТ.
52. Модификация товара на этапе насыщения.

Пример билета для зачета

**Федеральное государственное образовательное бюджетное учреждение
высшего образования
«Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации»
(Ярославский филиал Финуниверситета)**

Кафедра	<u>«Менеджмент и общегуманитарные науки»</u>		
Дисциплина	<u>«Генерация идеи и создание MVP продукта»</u>		
Филиал	<u>Ярославский</u>	Форма обучения	<u>Очная</u>
Семестр	<u>VI</u>	Направление	<u>38.03.02 «Менеджмент»</u>
Профиль	<u>Менеджмент и управление бизнесом</u>		

БИЛЕТ ДЛЯ ЗАЧЕТА № 1

№ п/п	Вопросы билета	Максимальный балл
1.	Генерация (создание) идей	15 баллов
2.	Тип потребителей на разных этапах ЖЦТ	15 баллов
3.	Тестовые вопросы (тесты прилагаются)	30 баллов

Подготовил

Карасев А. П.
(ФИО преподавателя)

Утверждаю:

Заведующий кафедрой
«Менеджмент и общегу-
манитарные науки»

Колесов Р.В.

Дата ____ 20__ г.

Таблица 7 - Примеры оценочных средств для проверки компетенций

Компетенция	Типовые задания
ПКН-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. Ситуационная задача: На примере конкретной отрасли и конкретного предприятия проведите SWOT-анализ. Выявите возможности для создания новых MVP продуктов. Предложите идеи таких продуктов, разработайте конкретные рекомендации по их реализации и составьте календарный план их выполнения. 2. Владеет навыками реализации бизнес-идеи и формирования бизнес-моделей. Ситуационная задача: При помощи методов генерации идей (например, "мозговой штурм") индивидуально или в коллективе создайте идею для нового MVP продукта. Разработайте показатели оценки эффективности идеи и примените их на практике. Предложите мероприятия по реализации этой идеи. 3. Владеет методиками анализа и расчета экономических и финансовых показателей и формирования бизнес-плана. Ситуационная задача. Определите рынок сбыта предложенного MVP продукта. Рассчитайте емкость рынка и планируемый объем продаж. Определите прибыль и другие финансовые показатели нового продукта.
ПКП-4 Способность участвовать в разработке программ развития компании, разработке обоснований проектов и управленческих решений, связанных с развитием бизнеса	1. Разрабатывает концепцию проекта, иерархическую структуру работ, календарно-ресурсный план и контроль за ходом программ развития организации. Ситуационная задача. Российская компания решила расширить ассортимент и представить на рынок новый продукт. Самостоятельно выберите сферу деятельности предприятия и разработайте основные характеристики MVP продукта, составив план проекта внедрения его на рынок и оцените эффективность продукта. 2. Применяет современные модели развития и управления организацией.

	Ситуационная задача. Разработайте план внедрения на рынок по любому на ваш выбор товару широкого потребления. В плане используйте все необходимые методы генерации идей.
--	--

7.3. Соответствующие приказы, распоряжения ректората о контроле уровня освоения дисциплин и сформированности компетенций студентов.

Приказ от 23.03.2017 №0557/о «Об утверждении Положения о проведении текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся по программам бакалавриата и магистратуры в Финансовом университете» и локальные акты филиала по данному вопросу, размещенные по ссылке: <http://www.fa.ru/fil/yaroslavl/about/base/Pages/oup.aspx>

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

Нормативные акты:

1. Конституция Российской Федерации (принята всенародным голосованием 12.12.1993) (с учетом поправок, внесенных Законами РФ о поправках к Конституции РФ от 05.02.2014 №2-ФКЗ, от 21.07.2014 № 11ФКЗ) // «Собрание законодательства РФ», 26.11.2014, №4, ст. 445.
2. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть первая) от 30.11.1994, №51-ФЗ (ред. от 23.05.2016) // Российская газета от 08.12.1994, № 238-239.
3. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть вторая) от 26.01.1996 N 14-ФЗ (ред. от 23.05.2016) //Собрание законодательства РФ, 29.01.1996, N 5, ст. 410.

Основная литература:

4. 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, 2022. — 474 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-13282-3. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/489061>.
5. Инновационный менеджмент : учебник для вузов / под общей редакцией Л.П. Гончаренко. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 487 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-9916-7709-7. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/489083>.
6. Короткова, Т. Л. Маркетинг инноваций : учебник и практикум для вузов / Т.Л. Короткова. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 256 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-07859-6. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/491318>.

Дополнительная литература:

7. Бубенцов, В. Ю. Эворитм — «инструмент» творчества / В. Ю. Бубенцов, Н. В. Бубенцов. — Москва : СОЛОН-Пресс, 2018. — 68 с. — ISBN 978-5-91359-298-9. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/119678>.

8. Голубков, Е. П. Инновационный менеджмент : учеб. пособие / Е.П. Голубков. — М. : ИНФРА-М, 2018.— 184 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). - ISBN 978-5-16-006791-9. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/926187>.

9. Разработка ценностных предложений: Как создавать товары и услуги, которые захотят купить потребители. Ваш первый шаг: Учебное пособие / Остервальдер А., Пинье И., Бернарда Г. - Москва :Альпина Пабли., 2016. - 312 с.: ISBN 978-5-9614-4907-5. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/923404>.

10. Шпаковский, Н. А. ТРИЗ. Анализ технической информации и генерация новых идей : учебное пособие / Н. А. Шпаковский. — 2-е изд., стер. — Москва : ФОРУМ : ИНФРА-М, 2019. — 264 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). - ISBN 978-5-00091-424-3. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/999946>.

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

1. www/рспп.рф - Российский союз промышленников и предпринимателей.
2. www.amr.ru - Ассоциация менеджеров России.
3. Сайты крупных российских и зарубежных компаний.
4. Научная электронная библиотека «eLibrary.ru».
5. Научная электронная библиотека «КиберЛенинка».
6. Электронно-библиотечная система «ИНФРА-М» «Znanium.com».
7. Электронно-библиотечная система «BOOK.ru».
8. Электронно-библиотечная система издательства «Лань».
9. Электронно-библиотечная система издательства «ЮРАЙТ».

10. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Наименование методических материалов для обучающихся	Год утверждения	Местонахождение материала (ссылка на сайт филиала)
Карасев А. П. Методические рекомендации по выполнению проектной работы по дисциплине «Генерация идеи	2024	https://cloud.mail.ru/public/CnoV/cYBRvyAHR/2.%20%D0%9C%D0%B5%

и создание MVP продукта» для студентов, обучающихся по направлению подготовки 38.03.02 «Менеджмент»		D1%82%D0%BE%D0%B4%D0%B8%D1%87%D0%B5%D1%81%D0%BA%D0%B8%D0%B5%20%D0%BC%D0%B0%D1%82%D0%B5%D1%80%D0%B8%D0%B0%D0%BB%D1%8B%20%D0%BF%D0%BE%20%D0%B4%D0%B8%D1%81%D1%86%D0%B8%D0%BF%D0%BB%D0%B8%D0%BD%D0%B0%D0%BC/
Карасев А. П. Методические указания по самостоятельной работе по дисциплине «Генерация идеи и создание MVP продукта» для студентов, обучающихся по направлению подготовки 38.03.02 «Менеджмент».	2024	

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

11.1. Комплект лицензионного программного обеспечения:

1. Компьютерные программы общего назначения Windows, MicrosoftOffice
2. Антивирусная программа.

11.2. Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы:

Таблица 8 – Используемые профессиональные базы данных и информационные справочные системы.

№п/п	Название рекомендуемых технических и компьютерных средств обучения	Наименование разделов и тем
1	Правовая база данных «КонсультантПлюс»	Темы 1-3
2	Справочно-правовая система «Гарант»	Темы 1-3
3	Информационная система Bloomberg.	Темы 1-3
4	Информационная система Thomson Reuters	Темы 1-3

11.3. Сертифицированные программные и аппаратные средства защиты информации: не предусмотрены.

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

Материально-техническая база, которой располагает Ярославский филиал Финуниверситета: аудиторный фонд, компьютерные классы и др.

Лекционные и практические занятия проводятся в мультимедийных аудиториях филиала, а также в оборудованных компьютерами и мультимедийным оборудованием классах.

Профессорско-педагогический состав знакомится с психолого-физиологическими особенностями обучающихся инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья. При необходимости осуществляется дополнительная поддержка преподавания тьюторами, психологами, социальными работниками, прошедшими подготовку ассистентами.

В соответствии с методическими рекомендациями Минобрнауки России (утверждены 08.04.2014 № АК-44/05вн) в курсе предполагается использовать социально-активные и рефлексивные методы обучения, технологии социокультурной реабилитации с целью оказания помощи в установлении полноценных межличностных отношений с другими студентами, создании комфортного психологического климата в студенческой группе. Подбор и разработка учебных материалов производятся с учетом предоставления материала в различных формах: аудиальной, визуальной, с использованием специальных технических средств и информационных систем.

Освоение дисциплины лицами с ОВЗ осуществляется с использованием средств обучения общего и специального назначения (персонального и коллективного использования). Материально-техническое обеспечение предусматривает приспособление аудиторий к нуждам лиц с ОВЗ.

Форма проведения аттестации для студентов-инвалидов устанавливается с учетом индивидуальных психофизических особенностей. Для студентов с ОВЗ предусматривается доступная форма предоставления заданий оценочных средств, а именно:

- в печатной или электронной форме (для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата);
- в печатной форме или электронной форме с увеличенным шрифтом и контрастностью (для лиц с нарушениями слуха, речи, зрения);
- методом чтения ассистентом задания вслух (для лиц с нарушениями зрения).

Студентам с инвалидностью увеличивается время на подготовку ответов на контрольные вопросы. Для таких студентов предусматривается доступная форма предоставления ответов на задания, а именно:

- письменно на бумаге или набором ответов на компьютере (для лиц с нарушениями слуха, речи);
- выбором ответа из возможных вариантов с использованием услуг ассистента (для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата);
- устно (для лиц с нарушениями зрения, опорно-двигательного аппарата).

При необходимости для обучающихся с инвалидностью процедура оценивания результатов обучения может проводиться в несколько этапов.