

*Федеральное государственное автономное образовательное учреждение  
высшего образования «Российский университет дружбы народов»*

*Экономический факультет*

Рекомендовано МССН/МО

## **УПРАВЛЕНИЕ ПРОДУКТОВЫМ ПОРТФЕЛЕМ КОМПАНИИ**

**Рекомендуется для направления подготовки/специальности**

38.03.02 «МЕНЕДЖМЕНТ»

*(указываются код и наименование направления подготовки/специальности)*

**Направленность программы (профиль)**

Управление бизнесом, Управление человеческими ресурсами, Управление производством для очной, очно-заочной и заочной формам обучения

## 1. Цели и задачи дисциплины:

Курс ставит своей целью ознакомить слушателя с основными инструментами современного менеджмента, которые помогают менеджерам по продукту управлять товаром или услугой на разных рынках, принимать решения о цене, кампаниях по стимулированию продаж и дистрибуции.

Для достижения поставленной цели в рамках курса решаются такие важные задачи, как:

- изучение инструментов проведения анализа рынка;
- выявление особенностей управления жизненным циклом продуктов на потребительских рынках в условиях усиления конкуренции;
- разработка целей и стратегий для потребительских товаров/услуг
- обоснование принятия управленческих решений в области ценообразования, рекламной стратегии, стимулировании продаж, выборе каналов дистрибуции и обслуживания потребителей.

## 2. Место дисциплины в структуре ОП ВО:

Дисциплина «Управление продуктовым портфелем компании относится к дисциплинам (модулей) по выбору части, формируемой участниками образовательных отношений блока Б.1.- Б1.В.ДВ.10.01 учебного плана.

В таблице № 1 приведены предшествующие и последующие дисциплины, направленные на формирование компетенций дисциплины в соответствии с матрицей компетенций ОП ВО.

**Таблица № 1- Предшествующие и последующие дисциплины, направленные на формирование компетенций**

№ п/п	Шифр и наименование компетенции	Предшествующие дисциплины	Последующие дисциплины (группы дисциплин)
<b>Общекультурные компетенции</b>			
1	Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач (УК-1)	Теория управления Теория организации Введение в специальность Управление проектами Методы принятия управленческих решений Инновационный менеджмент Управление операциями Ознакомительная практика	Стратегический менеджмент Организационно-управленческая практика Преддипломная практика
2	Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся (УК-2)	Теория управления Методы принятия управленческих решений	Стратегический менеджмент Управление проектами

		Управление операциями Маркетинг Ознакомительная практика	Организационно-управленческая практика Преддипломная практика
3	Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности (УК-10)	Инновационный менеджмент	Преддипломная практика
<b>Общепрофессиональные компетенции</b>			
	Способен решать профессиональные задачи на основе знания (на промежуточном уровне) экономической, организационной и управленческой теории (ОПК-1)	Теория управления Теория организации Инновационный менеджмент Ознакомительная практика	Стратегический менеджмент Организационно-управленческая практика Преддипломная практика
	Способен осуществлять сбор, обработку и анализ данных, необходимых для решения поставленных управленческих задач, с использованием современного инструментария и интеллектуальных информационно-аналитических систем (ОПК-2)	Управление проектами Методы принятия управленческих решений Инновационный менеджмент Управление операциями Маркетинг Ознакомительная практика	Стратегический менеджмент Преддипломная практика
	Способен выявлять и оценивать новые рыночные возможности, разрабатывать бизнес-планы создания и развития новых направлений деятельности и организаций (ОПК-4)	Маркетинг	Преддипломная практика
	Способен использовать при решении профессиональных задач современные информационные технологии и программные средства, включая управление крупными массивами данных и их интеллектуальный анализ (ОПК-5)	Управление проектами Методы принятия управленческих решений	Стратегический менеджмент Преддипломная практика

### **3. Требования к результатам освоения дисциплины:**

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

- Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач (УК-1)

- Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся (УК-2)

- Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности (УК-10)

- Способен решать профессиональные задачи на основе знания (на промежуточном уровне) экономической, организационной и управленческой теории (ОПК-1)

- Способен осуществлять сбор, обработку и анализ данных, необходимых для решения поставленных управленческих задач, с использованием современного инструментария и интеллектуальных информационно-аналитических систем (ОПК-2)

Способен выявлять и оценивать новые рыночные возможности, разрабатывать бизнес-планы создания и развития новых направлений деятельности и организаций (ОПК-4)

- Способен использовать при решении профессиональных задач современные информационные технологии и программные средства, включая управление крупными массивами данных и их интеллектуальный анализ (ОПК-5)

В результате изучения дисциплины студент должен:

**Знать:**

- роль, функции и задачи менеджера по продукту в современной организации,
- содержание маркетинговой концепции управления,
- основы маркетинговых коммуникаций,
- теоретические и практические подходы к определению источников и механизмов обеспечения конкурентного преимущества организации.

**Уметь:**

- ставить цели и формулировать задачи, связанные с реализацией профессиональных функций,
- анализировать внешнюю и внутреннюю среду организации, выявлять ее ключевые элементы и оценивать их влияние на организацию;
- использовать информацию, полученную в результате маркетинговых исследований; ставить и решать задачи операционного маркетинга;
- калькулировать и анализировать себестоимость продукции и принимать обоснованные решения на основе данных управленческого учета.

**Владеть:**

- методами формулирования и реализации стратегий на уровне бизнес-единицы.

#### 4. Объем дисциплины и виды учебной работы

##### Объем дисциплины и виды учебной работы (очная форма обучения)

Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетных единиц.

Вид учебной работы	Всего часов	Семестры			
		В			
<b>Аудиторные занятия (всего)</b>	27	27			
В том числе:					
<i>Лекции</i>	9	9			
<i>Практические занятия (ПЗ)</i>					
<i>Семинары (С)</i>	18	18			
<i>Лабораторные работы</i>					
<b>Самостоятельная работа (всего)</b>	45	45			
Общая трудоемкость	час	72	72		
	зач. ед.	2	2		

**Объем дисциплины и виды учебной работы (очно-заочная форма обучения)**Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетных единиц.

Вид учебной работы	Всего часов	Семестры		
		9		
<b>Аудиторные занятия (всего)</b>	34	2		
В том числе:				
<i>Лекции</i>	17	1		
<i>Практические занятия (ПЗ)</i>				
<i>Семинары (С)</i>	17	1		
<i>Лабораторные работы (ЛР)</i>				
<b>Самостоятельная работа (всего)</b>	110			
Общая трудоемкость	час зач. ед.	144 4		

**Объем дисциплины и виды учебной работы (заочная форма обучения)**Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетных единиц.

Вид учебной работы	Всего часов	Семестры		
		9		
<b>Аудиторные занятия (всего)</b>	10	10		
В том числе:				
<i>Лекции</i>	5	5		
<i>Практические занятия (ПЗ)</i>				
<i>Семинары (С)</i>	5	5		
<i>Лабораторные работы (ЛР)</i>	--			
<b>Самостоятельная работа (всего)</b>	134			
Общая трудоемкость	час зач. ед.	144 4		

**Раздел 1. Теоретические аспекты управления продуктовым портфелем компании****Тема 1 Введение в дисциплину «Управление продуктовым портфелем компании».**

Продуктовая политика фирмы: основные определения, цели, задачи. Факторы внешнего окружения компании, влияющие на управление продуктовой политикой компании.

**Тема 2 Управление жизненным циклом продукта.**

Понятие жизненного цикла товара. Критерии выделения стадий жизненного цикла. Этапы жизненного цикла товара. Анализ жизненного цикла товарной категории, разновидности товара и торговой марки. Основные разновидности кривых ЖЦТ. Стратегии управления товаром на различных этапах его жизненного цикла: цели и характеристики.

**Тема 3 Управление процессом разработки нового продукта.**

Инновации и разработка новых товаров. Факторы успеха нового товара. Организация процесса разработки новых товаров. Генерирование идей новых товаров. Разработка концепции нового товара. Бизнес-анализ и разработка управленческих программ по внедрению товаров-новинок. Процесс принятия товара потребителями.

**Тема 4 Управление торговой маркой.**

Понятие, элементы и функции торговой марки. Виды товарных марок. Управление отдельными торговыми марками (разработка концепции марки, генерация и тестирование

вариантов названия марки, тестирование вариантов упаковки, формирование покупательского предпочтения). Управление ассортиментом марочных товаров.

## **Раздел 2. Планирование продуктового портфеля компании.**

### **Тема 5 Изучение условий конкуренции на рынке и анализ его привлекательности.**

Уровни рыночной конкуренции. Методы определения конкурентов. Анализ привлекательности категории продукта. Анализ конкурентов и потребителей. Сегментация рынка.

### **Тема 6 Анализ потенциала рынка и прогнозирование объема продаж.**

Определение потенциала рынка. Методы оценки потенциала рынка. Основные методы прогнозирования продаж.

## **Раздел 3 Управление продуктовым портфелем компании на рынке FMCG.**

### **Тема 7 Управление разработкой стратегии продукта.**

Основные элементы стратегии продукта. Позиционирование и базовая стратегия продукта. Стратегия продукта, ориентированная на потребителя. Стратегии на стадии вывода продукта на рынок. Стратегии, применяемые на стадии роста. Стратегии, используемые на этапе зрелости продукта. Стратегии, реализуемые на стадии упадка.

### **Тема 8 Управление разработкой программы продвижения продукта.**

Определение оптимальных (для реализации выбранной стратегии) маркетинговых коммуникаций для продукта (исходя из выбранной ЦА). Определение целей рекламы. Составление бюджета рекламной деятельности. Тестирование рекламы в реальной обстановке. Трекинг-исследования. Основные представительские рекламные материалы для личных продаж. Продажи. Виды стимулирования продаж конечных потребителей. Составление бюджета мероприятий по стимулированию продаж. Выбор оптимальных методов прямого маркетинга для продукта. ПиАр-мероприятия для формирования положительного имиджа продукта.

### **Тема 9 Анализ продаж продукта (в натуральном и денежном выражении) и управление его маркетинговым планом.**

Традиционный метод прибыльности продукта. Системы, определяющие вклад конкретного продукта, в общую маржу на прибыль. Показатель доли вклада составляющих затрат в маржу на прибыль. Прогнозная доля продаж продукта в общей структуре продаж с учетом текущего тренда.

## **5.2. Разделы дисциплин и виды занятий**

### **Разделы дисциплин и виды занятий (очная форма обучения)**

№ п/п	Наименование раздела дисциплины	Лекц.	Практ. зан.	Лаб. зан.	Семина	СРС	Всего час.
1.	Раздел 1. Теоретические аспекты управления продуктовым портфелем фирмы	2			2	5	9
2.	Раздел 2. Планирование продуктового портфеля компании	3			8	20	31
2	Раздел 3 Управление продуктовым портфелем компании на рынке FMCG.	4			8	20	32
	Итого	9			18	45	72

### **Разделы дисциплин и виды занятий (очно-заочная форма обучения)**

№ п/п	Наименование раздела дисциплины	Лекц.	Практ. зан.	Лаб. зан.	Семина	СРС	Всего час.
-------	---------------------------------	-------	-------------	-----------	--------	-----	------------

1.	Раздел 1. Теоретические аспекты управления продуктовым портфелем фирмы	5			5	40	50
2.	Раздел 2. Планирование продуктового портфеля компании	6			6	35	47
3	Раздел 3 Управление продуктовым портфелем компании рынке FMCG.	6			6	35	47
	Итого	17			17	110	144

#### **Разделы дисциплин и виды занятий (заочная форма обучения)**

№ п/п	Наименование раздела дисциплины	Лекц.	Практ. зан.	Лаб. зан.	Семина	СРС	Всего час.
1.	Раздел 1. Теоретические аспекты управления продуктовым портфелем фирмы	1			1	34	36
2.	Раздел 2. Планирование продуктового портфеля компании	2			2	50	54
3	Раздел 3 Управление продуктовым портфелем компании рынке FMCG.	2			2	50	54
	Итого	5			5	134	144

**6. Лабораторный практикум в данном курсе не предусмотрен**

#### **7. Практические занятия (семинары)**

##### **Практические занятия (семинары) (очная форма обучения)**

№ п/п	№ раздела дисциплины	Тематика практических занятий (семинаров)	Трудоемкость (час.)
1.	Раздел 1. Теоретические аспекты управления продуктовым портфелем фирмы	Задание №1. «Анализ сравнительных преимуществ продуктов компании «Аэрофлот» Задание №2. (построение матрицы BCG) Задание №3. «Новые товары в рыночной стратегии компании ОАО «Очаково». Ситуация для обсуждения «Что намешала «Балтика»?» Аттестация	2
2.	Раздел 2. Планирование продуктового портфеля компании	Задание 4. «Проблемы поддержания качества и конкурентоспособности продукции в рыночных условиях». Задание 5. «Маркетинговый анализ рынка для конкретного продукта» (работа в мини-группах)	8

3.	Раздел 3 Управление продуктовым портфелем компании рынке FMCG.	Задание 6. «Организация сервиса и его значение в современных условиях: опыт западного и российского предпринимательства». Задание 7. «Товарные стратегии компании «Колгейт»». Задачи на расчет объема продаж Аттестация	8
----	---	--	---

### **Практические занятия (семинары) – очно-заочная форма обучения**

№ п/п	№ раздела дисциплины	Тематика практических занятий (семинаров)	Трудо-емкость (час.)
1.	Раздел 1. Теоретические аспекты управления продуктовым портфелем фирмы	Задание №1. «Анализ сравнительных преимуществ продуктов компании «Аэрофлот» Задание №2. (построение матрицы BCG) Задание №3. «Новые товары в рыночной стратегии компании ОАО «Очаково». Ситуация для обсуждения «Что намешала «Балтика»?» Аттестация	5
2.	Раздел 2. Планирование продуктового портфеля компании	Задание 4. «Проблемы поддержания качества и конкурентоспособности продукции в рыночных условиях». Задание 5. «Маркетинговый анализ рынка для конкретного продукта» (работа в мини-группах)	6
3.	Раздел 3 Управление продуктовым портфелем компании рынке FMCG.	Задание 6. «Организация сервиса и его значение в современных условиях: опыт западного и российского предпринимательства». Задание 7. «Товарные стратегии компании «Колгейт»». Задачи на расчет объема продаж Аттестация	6

### **Практические занятия (семинары)- заочная форма обучения**

№ п/п	№ раздела дисциплины	Тематика практических занятий (семинаров)	Трудо-емкость (час.)
1.	Раздел 1. Теоретические аспекты управления продуктовым портфелем фирмы	Ситуация для обсуждения «Что намешала «Балтика»?» Аттестация	1



2.	Раздел 2. Планирование продуктового портфеля компании	Задание 1. «Проблемы поддержания качества и конкурентоспособности продукции в рыночных условиях». Задание 2. «Маркетинговый анализ рынка для конкретного продукта» (работа в мини-группах)	2
3.	Раздел 3 Управление продуктовым портфелем компании рынке FMCG.	Задание 6. «Организация сервиса и его значение в современных условиях: опыт западного и российского предпринимательства». Задание 7. «Товарные стратегии компании «Колгейт»». Задачи на расчет объема продаж Аттестация	2

### 8. Материально-техническое обеспечение дисциплины:

- учебные аудитории (кабинеты) с рабочими местами для проведения лекций (по числу студентов в потоке) и для проведения семинаров (по числу студентов в отдельных группах);
- доска;
- стационарный персональный компьютер с пакетом Microsoft Office;
- мультимедийный проектор;
- допускается использование переносной аппаратуры – ноутбук и проектор;
- экран (стационарный или переносной напольный).

№ ауд.	Наименование	Наименование
17	Учебная аудитория	Мультимедиа проектор – 2 шт., звуковая трибуна – 1 шт., экран – 2 шт.
101	Учебная аудитория	Мультимедиа проектор – 2 шт., звуковая трибуна – 1 шт., экран -2 шт.
27	Учебная аудитория	Мультимедиа проектор - 1 шт., экран - 1 шт.
29	Учебная аудитория	Мультимедиа проектор - 1 шт., экран - 1 шт.
Конф.зал	Учебная аудитория	Мультимедиа проектор – 1 шт., звуковое оборудование

### 9. Информационное обеспечение дисциплины

- а) программное обеспечение  
Microsoft Office, Mentor
- б) базы данных, информационно-справочные и поисковые системы
1. Сайт библиотеки РУДН – Режим доступа: <http://lib.rudn.ru/> - со стационарных компьютеров РУДН
  2. Университетская библиотека ONLINE – Режим доступа: <http://www.biblioclub.ru/>
  3. LexisNexis. – Режим доступа: <http://www.lexisnexis.com/hottopics/lnacademic/>?
  4. Книжные коллекции издательства SPRINGER. – Режим доступа: [www.springerlink.com](http://www.springerlink.com)
  5. Вестник РУДН – Режим доступа: <http://www.elibrary.ru/defaultx.asp>
  6. Columbia International Affairs Online (CIAO) – Режим доступа: <http://www.ciaonet.org/>

7. Универсальные базы данных East View. – Режим доступа: <http://online.ebiblioteka.ru/>
8. Полнотекстовая коллекция российских научных журналов. eLibrary.ru – Режим доступа: <http://elibrary.ru/defaultx.asp?>
9. Электронная библиотека Издательского дома «Гребенников». Grebennikon. – Режим доступа: <http://grebennikon.ru/>
10. Международный портал электронных газет общественно-политической тематики. Library PressDisplay – Режим доступа: <http://library.pressdisplay.com>
11. Справочники - отраслевые и страноведческие БД. Polpred.com. – Режим доступа: <http://www.polpred.com/>
12. On-line доступ к журналам. Информационная база данных по всем отраслям науки и электронная доставка документов. SwetsWise. – Режим доступа: <https://www.swetswise.com>
13. Журналы University of Chicago Press Journals: American Journal of Education. Comparative Education Review. – Режим доступа: <http://www.journals.uchicago.edu/action/showJournals?type=byAlphabet>
14. Книги издательства «Альпина Паблишерз». Актуальная деловая литература. – Режим доступа: [http://www.alpinabook.ru/books/online\\_biblioteka.php](http://www.alpinabook.ru/books/online_biblioteka.php)
15. Электронная библиотека литературы по истории России BIBLIOPHIKA – Режим доступа: <http://www.bibliophika.ru/>
16. Электронная библиотека диссертаций РГБ – Режим доступа: <http://diss.rsl.ru/>  
Поисковые системы : Яндекс (yandex.ru), Google (google.ru)

#### **10. Учебно-методическое обеспечение дисциплины:**

##### *Основная:*

1. Чернышева, А. М., Якубова Т.Н. Управление продуктовой политикой : учебник и практикум для вузов / А. М. Чернышева, Т. Н. Якубова. — М.:Издательство Юрайт, 2021. — 187 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-01142-5. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/469853>
2. Чернышева, А. М., Якубова Т.Н. Управление продуктом : учебник и практикум для вузов / А. М. Чернышева, Т. Н. Якубова. — М.:Издательство Юрайт, 2021. — 373 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-01486-0. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/468879>

##### *Дополнительная:*

1. Бэнфилд Р., Уокингшо Н., Эрикссон М. Лидеры продукта. Как лучшие в мире продакт-менеджеры создают команды и запускают крутые продукты - М.: Манн, Иванов и Фербер, 2019
2. Чернышева, А. М., Якубова Т.Н. Брендинг : учебник для бакалавров / А. М. Чернышева, Т. Н. Якубова. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 504 с. — (Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-2979-9. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/426128>

##### *Интернет-источники:*

1. [www.advertology.ru](http://www.advertology.ru)
2. [www.marketing.spb.ru](http://www.marketing.spb.ru)
3. [www.brandmanagement.ru](http://www.brandmanagement.ru)
4. [www.p-marketing.ru](http://www.p-marketing.ru)
5. [www.4p.ru](http://www.4p.ru)
6. [www.advi.ru](http://www.advi.ru)
7. [www.cfin.ru](http://www.cfin.ru)
8. [www.expert.ru](http://www.expert.ru)

9. [www.sostav.ru](http://www.sostav.ru)
10. [www.rbc.ru](http://www.rbc.ru)
11. [www.ram.ru](http://www.ram.ru)

*Периодические издания:*

1. журнал «Бренд-менеджмент»
2. журнал «Секрет фирмы»
3. журнал «Маркетинг»
4. журнал «Маркетинг в России и за рубежом»
5. журнал «Менеджмент в России и за рубежом»
6. журнал «Генеральный директор»
7. журнал «Маркетинг и маркетинговые исследования»
8. журнал «Эксперт»
9. журнал «Стратегический менеджмент»
10. журнал «Менеджмент сегодня»

*Учебники на иностранном языке:*

1. Jeffrey H. Directing the Flow of Product: A Guide to Improving Supply Chain Planning// <http://bookfi.org/book/1091490>
2. Morgan J. Liker J. K, The Toyota Product Development System: Integrating People, Process, and Technology - NY.: Productive Press, 2006
3. Crawford M., Di Benedetto A. New Products Management – UK.: McGraw-Hill 2008
4. Russell J. Product management – US.: Addison-Wesley Professional 2012
5. Haines S. Managing Product Management: Empowering Your Organization to Produce Competitive Products and Brands – UK.: McGraw-Hill, 2011
6. Eigner M., Stelzer R. Product Lifecycle Management: Ein Leitfaden für Product Development und Life Cycle Management - UK.: McGraw-Hill, 2009
7. Annacchino M. New Product Development : from Initial Idea to Product Management// <http://bokgrafia.jimdo.com/2013/03/06/new-product-development-from-initial-idea-to-product-management-book-download-online>
8. Pichler R. Agile Product Management with Scrum: Creating Products that Customers Love - US.: Addison-Wesley Professional, 2010
9. Kim B. Clark, Steven C. Wheelwright Managing New Product and Process Development: Text and Cases - US.: Addison-Wesley Professional, 2009
10. Crawford M., Di Benedetto A. New Products Management - US.: Perseus Books Group, 2011

## 11. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Преподавание курса предполагает такие методы обучения, как лекции, семинары, групповое и индивидуальное консультирование, практикумы, мастер-классы, самостоятельную работу студента.

### Виды занятий и методы обучения

Лекции	Аудиторная форма занятий, в которой даются основные положения учебной дисциплины. Конечная цель лекций – достижение студентами необходимой для дальнейшей профессиональной деятельности степени овладения изучаемыми теоретическими знаниями. Форма лекции может быть как традиционной, так и интерактивной.
Семинары	Аудиторная диалоговая форма занятий по одной из тем курса, предполагающая активное участие студентов (всех или некоторых из них), направленная на формирование у них навыков самостоятельного теоретического анализа рассматриваемых в курсе проблем, в том числе путем изучения

	текстов первоисточников, накопление практического опыта решения типовых профессиональных задач.
Групповое академическое консультирование	Основная задача группового академического консультирования - подробное либо углубленное рассмотрение некоторых тем теоретического курса, освоение которых, как правило, вызывает затруднение у части студентов. По желанию студентов возможно вынесение на обсуждение дополнительных: тем, вызывающих у них особый интерес, которые не получают достаточного освещения в лекционном курсе. Данная форма занятий является обязательной для преподавателя, студент имеет право не принимать участие в такой консультации в случае, если он самостоятельно успешно освоил данный раздел курса или же обсуждаемая дополнительная тема его не интересует.
Индивидуальные консультации	Внеаудиторная форма работы преподавателя с отдельным студентом, подразумевающая обсуждение тех разделов дисциплины, которые оказались для студента неясными, или же вызванная желанием студента работать над написанием курсовой или выпускной квалификационной работы по изучаемому курсу.
Мастер-класс	Лекция и/или групповое консультирование приглашенного известного и высококвалифицированного зарубежного или отечественного ученого (либо практика в данной области). Задача - показать реальную сторону исследовательской и прикладной работы в науке и демонстрация студентам стандартов мышления профессионала в избранной ими специальности.
Самостоятельная работа	Чтение рекомендованной литературы (обязательной и дополнительной), подготовка к устным выступлениям, подготовка к письменным контрольным работам (рубежным, итоговым испытаниям), написание рефератов, эссе, курсовых и выпускных квалификационных работ; а также иные виды работы, необходимые для выполнения учебной программы

#### Условия и критерии выставления оценок

От студентов требуется посещение лекций и семинарских занятий, обязательное участие в аттестационных испытаниях, выполнение заданий преподавателя. Особо ценится активная работа на семинаре (умение вести дискуссию, творческий подход к анализу материалов, способность четко и емко формулировать свои мысли), а также качество подготовки контрольных работ (тестов) и докладов.

Оценки по преподаваемой дисциплине выставляются на основании результатов изучения, демонстрируемых студентами на протяжении всего периода обучения (как правило, семестра). Итоговая оценка определяется суммой баллов, полученных студентами за различные виды работы в течение всего периода обучения предусмотренного учебной программой.

Все виды учебных работ выполняются точно в сроки, предусмотренные программой обучения. Если студент без уважительных причин не выполнил какое-либо из учебных заданий (пропустил контрольную работу, позже положенного срока сдал реферат и т.п.), то за данный вид учебной работы баллы ему не начисляются, а подготовленные позже положенного срока работы не оцениваются.

За различные виды работа в течение всего периода обучения студент может получить максимальную сумму – 100 баллов, из которых:

40 баллов – рубежная и промежуточная аттестации

35 – активная работа на семинарах, выполнение заданий, в том числе домашних

10- реферат

15 - подготовка докладов

*Порядок работы при написании доклада*

Для успешной работы над докладом следует выполнить следующее: серьезно отнестись к выбору темы, освоить навыки подбора литературы, методы работы с источниками.

При выборе темы следует проконсультироваться с преподавателем и ознакомиться с требованиями к докладу. После актуализации тематической проблемы следует изучить научные труды ведущих специалистов в выбранной предметной области, проанализировать существующие теории, гипотезы и результаты научных исследований. В основных положениях доклада должен быть отражен анализ, классификация и систематизация отобранного материала.

№ п/п	Оцениваемые параметры	Оценка в баллах	
		Соответствует параметрам	Не соответствует параметрам
1	Качество доклада: - производит выдающееся впечатление, сопровождается иллюстративным материалом; - четко выстроен; - рассказывается, но не объясняется суть работы; - зачитывается.	1	0
		1	0
		0,5	0
		0,5	0
2	Использование демонстрационного материала: <ul style="list-style-type: none"><li>• автор представил демонстрационный материал и прекрасно в нем ориентировался;</li><li>• - использовался в докладе, хорошо оформлен, но есть неточности;</li></ul> - представленный демонстрационный материал не использовался докладчиком или был оформлен плохо, неграмотно.	1	
		1	
		0,5	
		0,5	
3	<ul style="list-style-type: none"><li>• Качество ответов на вопросы:</li><li>• - отвечает на вопросы;</li><li>• - не может ответить на большинство вопросов;</li></ul> - не может четко ответить на вопросы.	1	
		1	
		0,5	
		0,5	
4	<ul style="list-style-type: none"><li>• Владение научным и специальным аппаратом:</li><li>• - показано владение специальным аппаратом;</li><li>• - использованы общенаучные и специальные термины;</li></ul> - показано владение базовым аппаратом.	1	
		1	
		0,5	
		0,5	
5	<ul style="list-style-type: none"><li>• Четкость выводов:</li><li>• - полностью характеризуют работу;</li><li>• - нечетки;</li></ul> - имеются, но не доказаны.	1	
		1	
		0,5	
		0,5	
	ИТОГО	5	

*Общие требования к реферату по дисциплине «Управление продуктовым портфелем компании»*

*Реферат имеет определенную композицию-структуру:*

*Вступление.* Во вступлении обосновывается выбор темы, могут быть даны исходные данные реферируемого текста (название, где опубликован, в каком году), сообщены сведения об авторе, раскрывается проблематика выбранной темы.

*Основная часть.* Содержание реферируемого текста, приводятся основные тезисы, они аргументируются.

*Вывод.* Делается общий вывод по проблеме, заявленной в реферате.

Реферат имеет следующие признаки:

– содержание реферата полностью зависит от содержания реферируемых источников;

– содержит точное изложение основной информации без искажений и субъективных оценок с ссылочным указанием на источник;

– самостоятельные суждения автора требуют специального оформления (например, путем указания в тексте своего авторства или заключения в скобки указания своих инициалов после соответствующего текста)<sup>1</sup>. Если же при подготовке реферата автор хочет выразить свои мысли, то он должен с помощью тех или иных приемов отличить их от содержания реферируемого произведения.

Реферат, как вид самостоятельной работы студента по дисциплине «Управление продуктовой политикой компании», представляет собой краткое изложение в письменном виде содержания 3-5 источников – монографий, учебных пособий, монографий, статей по избранной тематике из различных источников, в том числе – интернета.

Во введении излагается актуальность и проблемность рассматриваемой темы в отношении к современной концепции продакт-менеджмента, определяются цель, предмет, 2-3 задачи реферата.

Основная часть должна включать 2-3 раздела (подраздела, параграфа), содержание которых должно соответствовать сформулированным задачам.

Если тема реферата связана с изложением концепции какого-либо конкретного исследователя, то в реферате должна быть предусмотрена краткая биографическая справка.

Изложение материала предполагает наличие схем, таблиц, позволяющих структурировать и обобщать материал.

Обязательно наличие самостоятельных выводов, связанных со значением излагаемого содержания современной концепцией продакт-менеджмента.

При выполнении работы являются обязательными ссылки на использованную литературу и информационные источники, которые помещаются в виде сносок внизу страниц.

Заключение предполагает наличие самостоятельных выводов, т.е. краткое изложение существа содержания, короткий ответ на вопросы, сформулированные в задачах введения.

В библиографию (список использованных источников и литературы) помещаются источники, ссылки на которые есть в тексте реферата.

Оформление реферата, включая титульный лист (обложку), списка использованных источников и сносок должно соответствовать требованиям, предъявляемым к курсовым и выпускным работам.

**Таким образом:**

– Объем реферата – не менее 15 страниц текста.

– Шрифт: 14 Times New Roman. Интервал - полуторный. Размер абзацного отступа - 5 знаков (1,25 см). Поля: левое - 30 мм, правое – не менее 10 мм, верхнее - 20 мм, нижнее - 20 мм.

---

<sup>1</sup>Сайт свободной энциклопедии Википедия-[Электронный ресурс]- Режим доступа: <http://ru.wikipedia.org/wiki/Реферат>. (Дата обращения 14.01.16)

–Использовать в тексте схемно-графическое и табличное изложение материала, подстраничные сноски на реферируемую и цитируемую литературу (источники). В заключении – выводы и список использованных источников.

–Проявить самостоятельность. Импортированные из Интернета рефераты будут оцениваться соответствующим образом.

Реферат должен иметь:

- Титульную страницу;
- Страницу «Содержание» с названиями разделов и указанием страниц;
- Введение, в котором обозначается актуальность, цель, задачи реферата;
- 2-3 раздела (подраздела, параграфа);
- Заключение: основные выводы, кратко резюмирующие достигнутую цель;
- Список использованных источников (в т.ч. – электронных ресурсов).

К реферату подготовить презентацию – от 10 слайдов.

#### *Критерии оценки реферата*

№ п/п	Критерии оценки реферата	Баллы	
		соот	не соот
	Структура работы: введение – актуальность, проблемность, цель, предмет, задачи реферата, заключение.	2	1 0
	Полнота раскрытия темы в соответствии с целью и задачами. Самостоятельность формулировки замысла и выводов	2	1 0
	Библиография, информационная база – использованные источники и литература. Полнота, правильность оформления подстраничных сносок и списка использованных источников	2	1 0
	Оформление текста работы в соответствии со стандартом	2	0
	Презентация к работе (не менее 10 слайдов, отражающих существенное содержание реферата)	2	1
<b>ИТОГО</b>			<b>10</b>

Итоговая оценка за реферат формируется путем суммирования оценок по каждому из критериев. Максимально возможное количество баллов за реферат – 10 баллов.

Балльно-рейтинговая система оценки знаний, шкала оценок

Баллы БРС	Традиционные оценки РФ	Оценки ECTS
95 – 100	Отлично – 5	A (5+)
86 – 94		B (5)
69 – 85	Хорошо – 4	C (4)
61 – 68	Удовлетворительно – 3	D (3+)
51 – 60		E (3)
31 – 50	Неудовлетворительно – 2	FX (2+)
0 – 30		F (2)
51 - 100	Зачет	Passed

Описание оценок ECTS:

A ("Отлично") - теоретическое содержание курса освоено полностью, без пробелов, необходимые практические навыки работы с освоенным материалом сформированы, все предусмотренные программой обучения учебные задания выполнены, качество их выполнения оценено числом баллов, близким к максимальному.

B ("Очень хорошо") - теоретическое содержание курса освоено полностью, без пробелов, необходимые практические навыки работы с освоенным материалом в основном сформированы, все предусмотренные программой обучения учебные задания выполнены,

качество выполнения большинства из них оценено числом баллов, близким к максимальному.

С ("Хорошо") - теоретическое содержание курса освоено полностью, без пробелов некоторые практические навыки работы с освоенным материалом сформированы недостаточно, все предусмотренные программой обучения учебные задания выполнены, качество выполнения ни одного из них не оценено минимальным числом баллов, некоторые виды заданий выполнены с ошибками.

Д ("Удовлетворительно") - теоретическое содержание курса освоено частично, но пробелы не носят существенного характера, необходимые практические навыки работы с освоенным материалом в основном сформированы, большинство предусмотренных программой обучения учебных заданий выполнено, некоторые из выполненных заданий, возможно, содержат ошибки.

Е ("Посредственно") - теоретическое содержание курса освоено частично, некоторые практические навыки работы не сформированы, многие предусмотренные программой обучения учебные задания не выполнены, либо качество выполнения некоторых из них оценено числом баллов, близким к минимальному.

FX ("Условно неудовлетворительно") - теоретическое содержание курса освоено частично, необходимые практические навыки работы не сформированы, большинство предусмотренных программой обучения учебных заданий не выполнено либо качество их выполнения оценено числом баллов, близким к минимальному; при дополнительной самостоятельной работе над материалом курса возможно повышение качества выполнения учебных заданий

F ("Безусловно неудовлетворительно") - теоретическое содержание курса не освоено, необходимые практические навыки работы не сформированы, все выполненные учебные задания содержат грубые ошибки, дополнительная самостоятельная работа над материалом курса не приведет к какому-либо значимому повышению качества выполнения учебных заданий.

## **12. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)**

*Материалы для оценки уровня освоения учебного материала дисциплины «Управление продуктовым портфелем компании» (оценочные материалы), включающие в себя перечень компетенций с указанием этапов их формирования, описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания, типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы, методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций, разработаны в полном объеме и доступны для обучающихся на странице дисциплины в ТУИС РУДН.*

Ссылка на курс: [Курс: Управление продуктовым портфелем компании \(rudn.ru\)](http://rudn.ru)

Программа составлена в соответствии с требованиями ОС ВО РУДН.

### **Разработчики:**

доц. каф. менеджмента  
должность, название кафедры

\_\_\_\_\_   
подпись

Т.Н. Якубова  
инициалы, фамилия

### **Руководитель программы**



проф., д.э.н., каф. менеджмента

должность, название кафедры

\_\_\_\_\_

подпись

В.С. Ефремов

инициалы, фамилия

\_\_\_\_\_

**зав. кафедрой**

МЕНЕДЖМЕНТА

название кафедры

\_\_\_\_\_

подпись

В.С. Ефремов

инициалы, фамилия

\_\_\_\_\_