Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Таскаев Сергей Валерьевич
Должность: Ректор
Дата подписания: 09.04.2026 14:25:44
Уникальный программный ключ:
04c19ed8bfb98f3b6cb77a486b9a8788b8322327

Рабочая программа дисциплины (модуля)*

Управление разработкой и внедрением нового продукта

Направление подготовки (специальность)

38.03.01 Экономика

Направленность (профиль)

Инженерная экономика и промышленная коммерция

Присваиваемая квалификация (степень)

Бакалавр

Форма обучения

очно-заочная

Год(ы) набора 2026-2027

*Рабочая программа дисциплины (модуля) адаптирована для инклюзивного обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья

Челябинск 2026 г.

© ФГБОУ ВО «ЧелГУ»

Содержание

1. Цели освоения дисциплины
2. Место дисциплины в структуре ОПОП
3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины (модуля)
4. Объем дисциплины (модуля)
5. Структура и содержание дисциплины (модуля)
6. Фонд оценочных средств
6.1. Перечень видов оценочных средств
6.2. Типовые контрольные задания и иные материалы для текущей аттестации
6.3. Типовые контрольные вопросы и задания для промежуточной аттестации
6.4. Критерии оценивания
7. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины (модуля)
7.1. Рекомендуемая литература
7.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"
7.3. Перечень информационных технологий
8. Материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля)
9. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)
10. Специальные условия освоения дисциплины обучающимися с инвалидностью и ограниченными возможностями здоровья

© ФГБОУ ВО «ЧелГУ»

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Цель освоения учебной дисциплины "Управление разработкой и внедрением нового продукта" состоит в формировании у студентов теоретических знаний в области разработки и внедрения новых продуктов и в приобретении практических навыков по их использованию. А также овладение организационными и экономическими знаниями и действиями, направленными на совершенствование процессов по созданию, коммерциализации и продвижению новых продуктов от производителей к потребителям для удовлетворения покупательского спроса и получения прибыли.

Ключевыми задачами учебного курса являются:

-освоение основ управления продуктом и товарной политики с позиций маркетинг-менеджмента и инновационных подходов

-изучение способов дифференциации и позиционирования разрабатываемого

продукта с использованием инновационных методов

-разработка и продвижение новых продуктов, в том числе инновационных

-рассмотрение организации НИОКР деятельности в организационных структурах

фирм и предприятий;

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП

Цикл (раздел) ОПОП:	Б1.В.1.ДВ.03.01

2.1 Требования к предварительной подготовке обучающегося:

Инновации в инженерной среде

Методы принятия управленческих решений

Производственная практика (технологическая (проектно-технологическая) практика)

Риск-менеджмент

Финансовое планирование и бюджетирование в проектной деятельности

2.2 Дисциплины и практики, для которых освоение данной дисциплины (модуля) необходимо как предшествующее:

Результаты освоения данной дисциплины служат основой для дальнейшего изучения дисциплин учебного плана, а также прохождения практик ООП по данному направлению подготовки.

Бизнес-планирование

Коммерция промышленной продукции

Коммерциализация инновационных проектов

Производственная практика (преддипломная практика)

3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

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

Знать:

УК-10.1. Понимает базовые принципы функционирования экономики и экономического развития, цели и формы участия государства в экономике

Уметь:

применять управленческий и экономический инструментарий в процессе разработки и продвижения нового продукта

Владеть:

УК-10.2. Применяет методы личного экономического и финансового планирования для достижения текущих и долгосрочных финансовых целей, использует финансовые инструменты для управления личными финансами (личным бюджетом), контролирует собственные экономические и финансовые риски

© ФГБОУ ВО «ЧелГУ»

ПК-1: Способен применять методы экономического анализа для выбора экономически обоснованных управленческих решений в сфере инженерной экономики и промышленной коммерции
Знать:
теоретические основы экономического анализа для выбора экономически обоснованных управленческих решений при разработке и продвижении новых продуктов
Уметь:
ПК-1.1. Умеет применять методы поиска, сбора и обработки экономической информации, методики экономического анализа для выявления резервов производственно-хозяйственной деятельности и конкурентных преимуществ организации сферы инженерной экономики и промышленной коммерции
Владеть:
ПК-1.2. Обладает навыками расчета и анализа экономических показателей, характеризующих функционирование и результативность производственно-хозяйственной деятельности организации сферы инженерной экономики и промышленной коммерции

В результате освоения дисциплины обучающийся должен

3.1	**Знать:**
3.1.1	базовые принципы функционирования экономики и экономического развития, цели и формы участия государства в экономике, необходимые при управлении разработкой и внедрением нового продукта
3.1.2	
3.1.3	методы поиска, сбора и обработки экономической информации, методики экономического анализа для выявления резервов производственно-хозяйственной деятельностии конкурентных преимуществ организации сферы инженерной экономики и промышленной коммерции
3.2	**Уметь:**
3.2.1	применять методы экономического и финансового планирования для достижения текущих и долгосрочных финансовых целей, использовать финансовые инструменты для управления финансами, контролировать экономические и финансовые риски при управлении разработкой и внедрением нового продукта
3.2.2	
3.2.3	применять навыки расчета и анализа экономических показателей, характеризующих функционирование и
3.2.4	результативность производственно-хозяйственной деятельности организации сферы инженерной экономики и промышленной коммерции при управлении разработкой и внедрением нового продукта
3.3	**Владеть:**
3.3.1	Владеть способностью применения методов экономического и финансового планирования для достижения текущих и долгосрочных финансовых целей, использования финансовых инструментов для управления финансами, контроля экономических и финансовых рисков при управлении разработкой и внедрением нового продукта
3.3.2	
3.3.3	Владеть способностью интерпретировать результаты проведенного анализа производственно-хозяйственной деятельности организации сферы инженерной экономики и промышленной коммерции при управлении разработкой и внедрением нового продукта

© ФГБОУ ВО «ЧелГУ»

4. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Общая трудоемкость			3 ЗЕТ
Часов по учебному плану	:	108	Виды контроля в семестрах:
в том числе	:		
аудиторные занятия	:	12	экзамены 8
самостоятельная работа	:	73,8	
часов на контроль	:	18	
контактная работа: 16,2			
ИКР: 4,2			

5. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Код заняти	Наименование разделов и тем /вид занятия/	Семестр / Курс	Часов	Литература
	Раздел 1. Введение в управление продуктом (продукт-менеджмент). Понятийный аппарат.			
1.1	Введение в управление продуктом (продукт-менеджмент). Понятийный аппарат. /Лек/	8	2	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.2 Л2.3Л3.1 Л3.2 Э1 Э3
1.2	Введение в управление продуктом (продукт-менеджмент). Понятийный аппарат. /Пр/	8	0	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.3Л3.1 Л3.2 Э1 Э3
1.3	Введение в управление продуктом (продукт-менеджмент). Понятийный аппарат. /Ср/	8	6	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.3Л3.1 Л3.2 Э1 Э3
	Раздел 2. Этапы разработки нового продукта. Жизненный цикл продукта. Экономические аспекты			
2.1	Этапы разработки нового про-дукта. Жизненный цикл продук-та /Лек/	8	0	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.3Л3.1 Л3.2 Э2 Э3
2.2	Этапы разработки нового про-дукта. Жизненный цикл продук-а /Пр/	8	0	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.3Л3.1 Л3.2 Э2 Э3
2.3	Этапы разработки нового про-дукта. Жизненный цикл продук-та /Ср/	8	10,4	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.3Л3.1 Л3.2 Э2 Э3
	Раздел 3. Деятельность конструкторских и технологических подразделений по разработке новой продукции			
3.1	Деятельность конструкторских и технологических подразделений по разработке новой продукции /Пр/	8	0	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.2 Л2.3Л3.1 Л3.2 Э1 Э2
3.2	Деятельность конструкторских и технологических подразделений по разработке новой продукции /Ср/	8	12	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.3Л3.1 Л3.2 Э1 Э2
	Раздел 4. Управление внедрением нового продукта. Продуктовые стратегии. Экономические решения.			

© ФГБОУ ВО «ЧелГУ»

4.1	Управление внедрением нового продукта Продуктовые стратегии /Лек/	8	2	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.3Л3.1 Л3.2 Э3 Э4
4.2	Управление внедрением нового продукта Продуктовые стратегии /Пр/	8	0	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.3Л3.1 Л3.2 Э3 Э4
4.3	Управление внедрением нового продукта Продуктовые стратегии /Ср/	8	12	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.3Л3.1 Л3.2 Э3 Э4
	Раздел 5. Инструменты анализа спроса потребителей на продукт			
5.1	Инструменты анализа спроса потребителей на продукт /Лек/	8	0	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.3Л3.1 Л3.2 Э1 Э3 Э4
5.2	Инструменты анализа спроса потребителей на продукт /Пр/	8	2	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.3Л3.1 Л3.2 Э1 Э3 Э4
5.3	Инструменты анализа спроса потребителей на продукт /Ср/	8	7,5	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.3Л3.1 Л3.2 Э1 Э3 Э4
	Раздел 6. Технологические и продуктовые инновации. Организационные и экономические решения			
6.1	Технологические и продуктовые инновации /Лек/	8	0	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.2 Л2.3Л3.1 Л3.2 Э1 Э2
6.2	Технологические и продуктовые инновации /Пр/	8	4	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.2 Л2.3Л3.1 Л3.2 Э1 Э2
6.3	Технологические и продуктовые инновации /Ср/	8	12	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.2 Л2.3Л3.1 Л3.2 Э1 Э2
	Раздел 7. Производственная система как объект проектирования для ор-ганизации выпуска новой про-дукции.			
7.1	Производственная система как объект проектирования для организации выпуска новой продукции. /Лек/	8	2	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.2 Л2.3Л3.1 Л3.2 Э1 Э2 Э4
7.2	Производственная система как объект проектирования для ор-ганизации выпуска новой про-дукции. /Пр/	8	0	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.2 Л2.3Л3.1 Л3.2 Э1 Э2 Э4
7.3	Производственная система как объект проектирования для ор-ганизации выпуска новой про-дукции. /Ср/	8	13,9	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.2 Л2.3Л3.1 Л3.2 Э1 Э2 Э4
	Раздел 8. Позиционирование нового про-дукта на рынке. Комплекс маркетинга			

© ФГБОУ ВО «ЧелГУ»

8.1	Позиционирование нового продукта на рынке. Комплекс маркетинга /Лек/	8	0	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.3Л3.1 Л3.2 Э3 Э4
8.2	Позиционирование нового продукта на рынке. Комплекс маркетинга /Пр/	8	0	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.3Л3.1 Л3.2 Э3 Э4
	Раздел 9. ИКР			
9.1	Теоретические и практические навыки управления разработкой и продвижением продукта /ИКР/	8	4,2	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.3Л3.2

6. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

6.1. Перечень видов оценочных средств

Типовые задания для практических занятий
Кейсы
Контрольные вопросы для промежуточной аттестации

6.2. Типовые контрольные задания и иные материалы для текущей аттестации

ТИповые задания для практических занятий

Задание 1.
Предложите мероприятия по разработке товара и выводу его
на рынок; оцените качество то
вара (по Вашему выбору) экспертным путем с
помощью десятибалльной шкалы.
Примечание. Каждому свойству товара экспертным путем присвойте ранг
(весовой коэффициент), соответствующий значению данного свойства в
принятии решения на покупку; сумма рангов должна
быть равна 1 (см. Приложение).

Задание 2.
Оцените потребительскую привлекательность продукта (по
Вашему выбору) по десятибалльной шкале исходя из следующих критериев:
а) назначение (функциональность, многофункциональность) и степень
полезности товара;
б)качество материала, из которого изготовлен продукт (натуральный
продукт, заменитель и т.д.);
в) эстетичность и дизайн продукта;
г) соответствие моде, престижность;
д) удобство в использовании и уходе (хранении);
е) соответствие цены качеству товара, доступность цен.

Задание 3.
Классифицируйте степень новизны товара (по Вашему
выбору) по следующим критериям:
а) товар удовлетворяет качественно новые потребности, является
результатом НТП (пионерный товар);
б) у товара появились новые функции (модернизация);
в) свойства товара изменились незначительно, изменился внешний вид
товара (модификация);
г) товар является новым только для данного рынка (товар рыночной
новизны);
д) изменилась только упаковка (косметическое обновление).

Задние 4.
На технически сложный товар X необходимо назначить
конкурентоспособную цену. Аналогичный товар Y основного конкурента

© ФГБОУ ВО «ЧелГУ»

успешно продается по цене 2 тыс. руб./ед. Группа экспертов провела сравнительное тестирование основных свойств этих товаров, а также ранжировала их по важности для потребления, приняв за единицу наименее важное свойство (табл. 1.4): Определите цену товара X.

Задание 5.
Определите для товара по Вашему выбору:
- полную коммерческую себестоимость;
- планируемую прибыль;
- производственную цену; цену спроса;
- тип рынка; цену с учетом типа рынка;
- критический объем производства;
- оптимальный объем производства.

Задание 6.
Компания, которая вкладывает большие средства в создание новых продуктов, вовлечена в два вида деятельности ("два бизнеса"): основную деятельность, определенную целями корпорации и направленную на удовлетворение рыночных потребностей; неосновную научно-техническую деятельность, результатом которой являют
ся новая техника и технология, имеющие коммерческую ценность, но часто не связанные с целями корпорации.Во втором случае коммерческая значимость может быть реализована посредством продажи документации, лицензий, "ноу-хау", инжиниринговых услуг. В отдельных случаях на основе полученных результатов может быть произведена диверсификация деятельности компании. Концепция двойного бизнеса иллюстрируется рис.

Оценить связи и управляющие воздействия опираясь на предложенную систему отношений. Бизнес 1 предполагает выделение ресурсов на НИОКР, большая часть которых расходуется на выполнение проектов, непосредственно связанных с реализацией стратегии корпорации (проекты 1-6). Часть средств выделяется на усмотрение руководителя НИОКР и используется для финансирования индивидуальных или неясных по результатам исследований. Проекты X,Y, Z -расширение формальной программы НИОКР или новые неожиданные возможности, появившиеся в ходе выполнения основной программы. Проекты А-Д возникают как результат исследований по дополнительным фондам.

Типовые кейсы для самостоятельной работы студентов (разбираются в форме докладов на практических занятиях)

Кейс№1. Джек Харви занимает должность в отделе корпоративного планирования крупной компании, ведущей бизнес в области высоких технологий. Хотя большую часть времени он посвящает долгосрочному стратегическому планированию, он был также включен в рабочую группу по реорганизации компании. Президент компании и совет директоров озабочены тем, что их компания теряет положение на рынке из-за своей устаревшей структуры. Будучи экспертом по планированию, Джек убедил рабочую группу, что прежде всего необходимо точно определить, какой тип структуры они имеют на сегодня, затем проанализировать внешние условия, в которых компания работает теперь и будет работать в будущем, а затем уже разрабатывать соответствующую организационную структуру. На первом этапе группа обнаружила, что компания построена по классической бюрократической модели. На втором этапе выяснилось, что компании предстоит участвовать в конкуренции в высоко динамичной, быстро растущей и крайне неопределенной внешней среде, которая требует от нее большой гибкости и умения откликаться на изменения.
1. Какой тип или типы организационных схем, по вашему мнению, должна рекомендовать рабочая группа на третьем, заключительном, этапе своей деятельности?
2. Объясните, как теория систем, экологический, информационный и ситуационный подходы, а также теория научения могут помочь в решении данной проблемы.
3. Считаете ли вы, что Джек внес правильные предложения относительно порядка работы над заданием? Какие проблемы могут возникнуть в качестве побочного эффекта при внедрении тех рекомендаций, которые вы предложили при ответе на первый вопрос?

Кейс №2. Корпорация Anderson была основана в 1962 г., сначала как маленькая фирма по производству товаров широкого потребления. В первые 20 лет работы отдел исследований и разработок компании создал ряд новых изделий, которые приобрели большую популярность на рынке. Дела шли так хорошо, что компании пришлось ввести на производстве вторую смену, чтобы удовлетворить спрос. Производство в течение этих лет расширялось

© ФГБОУ ВО «ЧелГУ»

трижды. В интервью популярному журналу Поль Андерсон, основатель фирмы, сказал: «Мы не продаем свои товары, мы их распределяем». Этим он хотел подчеркнуть, что фирма имела только 24 торговых агента, а получала от продаж доход, превышающий 62 млн. дол. в год.
Три года тому назад корпорация Anderson пережила свой первый финансовый кризис, в результате которого потеряла 1,2 млн. дол. Два года тому назад сумма потерь увеличилась до 2,8 млн., а в прошлом году - до 4,7 млн. дол. Бухгалтеры подсчитали, что в этом году потери могут достичь 10 млн. дол.
Обеспокоенный этой информацией, крупнейший кредитор компании Citizen's Bank настоятельно потребовал от компании внести некоторые изменения в свою деятельность, чтобы исправить ситуацию. В ответ на это требование Поль Андерсон согласился уйти в отставку. Совет директоров назначил на его место Мэри Хартман, главу отдела маркетинга одной из крупнейших американских компаний, торгующей потребительскими товарами.
Проанализировав ситуацию, Мэри пришла к выводу, что для перевода фирмы на новые рельсы необходимо осуществить ряд изменений. Вот основные из них:
1. Необходимо уделять больше внимания маркетингу. Важнейшим фактором успеха в продаже потребительских товаров фирмы Anderson является квалифицированный штат торговых агентов.
2. Необходимо улучшить качество продукции. В настоящее время около 2% выпускаемой продукции оказывается бракованной, в то время как в других фирмах, работающих в тех же направлениях, этот показатель не превышает 0,5%. В прошлом товары фирмы пользовались таким, спросом, что контроль качества не был важен. Теперь же отсутствие контроля приносит серьезные убытки.
3. Необходимо провести сокращение оперативного персонала. В настоящее время компания может обойтись двумя третями персонала, занятого на производстве, и половиной - административного.
Мэри еще не представила план совету директоров, но собирается это сделать. В настоящее время она обдумывает те конкретные шаги, которые необходимо предпринять для проведения реформ, и как они отразятся на работниках фирмы и производстве в целом.
1. Какие недостатки вы видите в старой организационной культуре? Что надо сделать для того, чтобы их изменить?
2. Почему Мэри будет нелегко изменить сложившуюся культуру?
3. Какие конкретные шаги должна предпринять Мэри, чтобы изменить культуру? Предложите и опишите хотя бы два из возможных шагов.

Кейс №3. «Директор завода является центральной фигурой американской промышленной компании и находится среди наиболее высоко оплачиваемых и ценимых руководителей среднего звена. Более того, его ответственность постоянно растет. Казалось бы, обязанности мистера Хоффмана и так значительны: они простираются от закупки сырья до поставок конечных продуктов в строительную и горнодобывающую промышленность. Он наблюдает за безопасностью 950 работников, прибыльностью, надежностью хранения продукта, общим обслуживанием 500 зданий. Президент компании считает высокими шансы мистера Хоффмана на перемещение в высший эшелон управления. Компания отдала в руках мистера Хоффмана всю производственную политику, однако при этом политику распоряжения кошельком оставила за собой. Таким образом, мистер Хоффман оказался не в состоянии нанять нужного ему специалиста, пока руководство компании не разрешило создать новую оплачиваемую должность, что заняло более двух месяцев».

Вопросы к тексту:
1. Какими полномочиями как правом использовать ресурсы организации обладает мистер Хоффман? Ответ аргументируйте.
2. Определите пределы полномочий мистера Хоффмана. Приведите положения, на ос-новании которых выполнено задание.
3. Какой властью как правом действовать и влиять на ситуацию не обладает мистер Хоффман? О недостатке какого вида власти идёт речь?
4. Выскажите свою позицию по поводу распределения власти и ответственности в данной ситуации.
5. Если эта ситуация станет инцидентом конфликта, то к какому виду относится данный конфликт – конструктивному или деструктивному? Ответ обоснуйте.

6.3. Типовые контрольные вопросы и задания для промежуточной аттестации

1. Критерии оценки инновационного потенциала предприятия
2.Собственныеторговые марки (СТМ) в российских розничных сетях
3.Программы лояльности персонала торгового предприятия.
4.CRM –технология: управление взаимоотношениями с клиентами.
5.Этапы разработки продукта.

© ФГБОУ ВО «ЧелГУ»

6.Внедрение бизнес-инкубаторов как элемент развития малого бизнеса.
7.Особенности формирования инновационных кластеров.
8.Специфические черты маркетинговой стратегии инновационного продукта
9.Разработка тактики маркетинга в прединвестиционной фазе проекта
10.Роль маркетинговых исследований в инновационном проекте
11.Виртуализация розничной торговли (создание Интернет –магазинов и площадок)
12.Использование технологии дополненной реальности (AR) в рекламной индустрии
13.Венчурные фирмы и их роль в ускорении инновационного развития торговых предприятий
14.Основные направления инновационной политики в сфере коммерции
15.Совершенствование системы инвестирования инноваций на современном этапе развития экономики
16.Роль малых предприятий в ускорении инновационного процесса
17.Применение технологий «мобильной коммерции» на рынке услуг розничной торговли
18.Разработка и реализация инновационных программ в сфере торговых услуг
20.Инновации в организации и технологии обслуживания покупателей в розничной торговле России и за рубежом
21.Внедрение бизнес-инкубаторов как элемент развития малого бизнеса
22.Концептуальные формы маркетинга инноваций
23.Стратегия маркетинга инновационного предприятия
24.Типы продуктовых инноваций в комплексе маркетинга
25.Стержневая компетенция и кадровый аспект организации
26.Роль сегментирования в стратегическом маркетинге для активизации инновационных идей
27.Особенности разработки маркетинговой стратегии проекта
28.Современное состояние и основные тенденции развития инноваций в торговле
29.Анализ рынка и конкурентов, unit-экономика
30.MVP (minimum viable product — минимально жизнеспособный продукт)
31.Процесс непрерывного улучшения продукта
32.Методологии управления Lean, Agile, Scrum, Kanban. Планирование и управление процессом разработки продукта в рамках каждой методологии

6.4. Критерии оценивания

Оценка доклада на практическом занятии осуществляется по следующим критериям:

«отлично» ставится за правильный, полный и глубокий доклад по выбранной теме. Сообщение студента должно быть полным и развернутым, ни в коем случае не зачитываться дословно, подтверждаться адекватными примерами. Такой доклад должен продемонстрировать знание студентом материала лекций, базового учебника и дополнительной литературы, вызвать активное обсуждение других участников семинара.

«хорошо» ставится за правильный и полный доклад по теме. Собщение студента должно быть достаточно полным, ни в коем случае не зачитываться дословно, подтверждаться адекватными примерами. Допускается неполный ответ по одному из дополнительных вопросов участников семинара или один не совсем точный пример.

«удовлетворительно» ставится за не совсем правильный или не полный ответ на вопрос участников семинара, или за один неправильный пример либо за пассивное участие в работе на семинаре.

«неудовлетворительно» ставится всем участникам семинарской микрогруппы или одному из них в случае ее (его) неготовности к ответу на семинаре.

Оценка решения кейса осуществляется по следующим критериям:

«отлично» ставится за правильный, полный, логичный и глубокий анализ, с выводами, построением алгоритма ответа по поставленному вопросу, понимание вопроса в общем. Сообщение (ответ) студента должно быть полным и развернутым, аргументированным, подтверждаться фактами. Такой ответ должен продемонстрировать знание студентом материала лекций, базового учебника и дополнительной литературы, собственных знаний и опыта.

«хорошо» ставится за правильный и полный анализ ситуации, с выводами. Сообщение (ответ) студента должно быть достаточно полным, подтверждаться адекватными фактами. Допускается неполный ответ по одному из вопросов, поставленных в решении ситуации и пр.

«удовлетворительно» ставится за не совсем правильный или не полный ответ на поставленный вопрос задания, за плохую доказательную базу, не логичность и не обоснованность выводов.

© ФГБОУ ВО «ЧелГУ»

«неудовлетворительно» ставится всем участникам микрогруппы или конкретному студенту, выполняющему необходимое задание, в случае отсутствия его ответа на задание или решение ситуации.

собеседование на промежуточной аттестации (зачёт)

Критерий «Владение понятийным аппаратом»:

«+ Свободно владеет понятийным аппаратом, умеет использовать его при анализе и принятии управленческих решений;

«+ Владеет понятийным аппаратом, но при использовании его допускает неточности;

«+ - В основном знает содержание понятий, но допускает ошибки в их использовании;

« - Не владеет основными понятиями по предмету.

Критерий «Владение фактическим материалом по теме»

«+ Знание и свободное владение фактическим материалом по теме.;

«+Незначительные неточности в изложении фактического материала.;

«+Испытывает затруднения в изложении фактического материала.;

« - Не владеет фактическим материалом.

Критерий «Знание принципов принятия и реализации управленческих решений в конкретных ситуациях»

«+ Достаточно глубоко знает принципы принятия и реализации решений;

«+ Допускает незначительные ошибки при определении принципов принятия решений;

«+Испытывает значительные затруднения при определении принципов принятия решений;

« - Отсутствуют знания основных принципов принятия решений.

Критерий «Умение выявлять и анализировать организационные проблемы в конкретных ситуациях.»

«+ Умеет выявлять и анализировать проблемы и предлагает способы их решения. Умеет оценивать результат.;

«+ Допускает отдельные неточности и затруднения при анализе и выявлении проблем и предложении решений.;

«+ Испытывает значительные трудности при анализе фактического материала и формировании решения проблем.;

« - Не умеет анализировать и выявлять проблемы социально-экономического характера в конкретных ситуациях..

Критерий «Логичность изложения материала.»

«+ Свободное владение речью, логичность и последовательность в изложении материала.;

«+ Испытывает отдельные затруднения в логичности и последовательности изложения материала.;

« - Материал в значительной степени излагается бессистемно и с нарушением логических связей.

« - Отсутствие логики в изложении материала.

Отметка «зачтено» ставится в том случае, если по четырём критериям не ниже первых трёх пунктов и по одному – последний пункт.

Отметка «не зачтено» – если по двум и более критериям -- последний пункт.

7. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

7.1. Рекомендуемая литература

7.1.1. Основная литература

	Авторы,	Заглавие	Издательство,	Ресурс
Л1.1	Савватеев Е.В., Рокотянская В.В., Мощенко О.В., Власенкова Т.А.	Экономика, организация, основы маркетинга в перерабатывающей промышленности: учебное пособие (https://znanium.ru/catalog/document?id=444975)	Москва : ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М", 2024	ЭБС
Л1.2	Чернышева А. М., Якубова Т. Н.	Управление продуктом: учебник и практикум для вузов (https://urait.ru/bcode/583364)	Москва : Юрайт, 2026	ЭБС

© ФГБОУ ВО «ЧелГУ»

	Авторы,	Заглавие	Издательство,	Ресурс
Л1.3	Новикова М.А.	Основы маркетинга сферы услуг: учебное пособие (https://znanium.ru/catalog/document?id=476767)	Москва : ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М", 2026	ЭБС

7.1.2. Дополнительная литература

	Авторы,	Заглавие	Издательство,	Ресурс
Л2.1	Красюк И.Н., Парамонова Т.Н., Шереметьева Е.Н., Калугина С.А., Комаров В.М., Жарников Д.С.	Маркетинговые коммуникации: учебник (https://znanium.com/catalog/document?id=335637)	Москва : ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М", 2018	ЭБС
Л2.2	Котлер Ф., Келлер К. Л., Кузин В.	Маркетинг менеджмент	Санкт-Петербург [и др.]: Питер, 2015	
Л2.3	Леманн Д. Р., Винер Р. С., Миронова Л. Е.	Управление продуктом: учебник (https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=615808)	Москва : Юнити, 2017	ЭБС

7.1.3. Методические разработки

	Авторы,	Заглавие	Издательство,	Ресурс
Л3.1		Интеллект. Инновации. Инвестиции, 2024, № 4: научный журнал (https://znanium.ru/catalog/document?id=456876)	Оренбург : ИПК ГОУ ОГУ, 2024	ЭБС
Л3.2		Интеллект. Инновации. Инвестиции, 2024, № 5: научный журнал (https://znanium.ru/catalog/document?id=456877)	Оренбург : ИПК ГОУ ОГУ, 2024	ЭБС

7.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"

Э1	Университетская библиотека онлайн [Электронный ресурс] : электронно-библиотечная система (ЭБС) / ООО Директмедиа Паблишинг. – Москва, 2001. – Доступ к полным текстам с любого компьютера, после регистрации из сети ЧелГУ – URL: http://biblioclub.ru/
Э2	Эксперт Online [Электронный ресурс] : сайт. – URL: http://expert.ru,
Э3	ЭСМ [Электронный ресурс] : федеральный образовательный портал : Эко-номика. Социология. Менеджмент. – Режим доступа: http://ecsocman.hse.ru/
Э4	Институт народнохозяйственного прогнозирования [Электронный ресурс] : официальный сайт / Российская Академия наук. – Режим доступа: http://www.ecfor.ru/

7.3 Перечень информационных технологий

7.3.1 Программное обеспечение

LMS Moodle

Adobe Connect Acrobat

Adobe Reader

7.3.2 Профессиональные базы данных и информационно-справочные системы

Национальная электронная библиотека (НЭБ) (https://rusneb.ru/) Национальная электронная библиотека (НЭБ) : объединенный электронный каталог фондов российских библиотек : сайт. – URL: http://нэб.рф. – Режим доступа: из читальных залов библиотеки ЧелГУ. – Текст : электронный.

Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU (https://elibrary.ru/defaultx.asp?) – Москва, 2000– URL: https://elibrary.ru. – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. – Текст : электронный.

© ФГБОУ ВО «ЧелГУ»

EastView – статистические издания России и стран СНГ (https://dlib.eastview.com/) Статистические издания России и стран СНГ. – Текст : электронный // EastView : база данных. – URL: http://udbstat.eastview.com/search/simple.jsp?enc=rus. – Режим доступа: из сети университета.

Scopus (https://www.scopus.com) Scopus : реферативная база данных / ElsevierBV. – URL: http://www.scopus.com/. – Яз. англ. – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей ЧелГУ. – Текст : электронный.

8. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа и занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, укомплектованные специализированной мебелью и техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации большой аудитории, для текущего контроля и промежуточной аттестации; помещения для самостоятельной работы, оснащенные компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду организации.

Для проведения занятий лекционного типа предлагаются наборы демонстрационного оборудования и учебно-наглядных пособий, обеспечивающие тематические иллюстрации, соответствующие рабочей программе дисциплины.

Для проведения занятий лекционного типа используются видеопрезентации и видеокейсы из медиатеки методического кабинета факультета управления. Для тематической иллюстрации занятий используются слайдовые презентации лекторов по тематике курса "Управление разработкой и внедрением нового продукта"

9. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

В случае применения при обучении дисциплины электронного обучения, дистанционных образовательных технологий общение обучающихся и преподавателя осуществляется в режиме реального времени (чаты.) или отложенного времени (система дистанционного обучения Moodle, электронная почта).
Большую часть времени обучающиеся самостоятельно работают с учебно-методическими материалами. Студенты имеют возможность консультироваться с преподавателем по всем вопросам, возникающим в ходе самостоятельной работы посредством электронной почты, социальных сетей.
Доступ обучающегося к учебным ресурсам в режиме отложенного времени, самостоятельной работы осуществляется через сеть Интернет в удобном для него месте, времени и темпе.

Результатом самостоятельной работы является: подготовленность к участию в практических занятиях, тестированию, выполнению контрольных работ. Для успешной подготовки заданий для самостоятельной работы по темам, указанным в данной рабочей программе дисциплины, обучающиеся в обязательном порядке должны использовать рекомендуемую к изучению литературу, как основную, так и дополнительную, включая электронные ресурсы. В ходе изучения материала данной дисциплины предусмотрено посещение консультаций.

10. СПЕЦИАЛЬНЫЕ УСЛОВИЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ ОБУЧАЮЩИМИСЯ С ИНВАЛИДНОСТЬЮ И ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ

Освоение дисциплины инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья осуществляется с использованием специальных технических средств и информационных технологий, предоставляемых Ресурсным учебно-методическим центром по обучению инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья ЧелГУ по запросу обучающегося (мобильные специальные технические средства для лиц с нарушениями зрения и с нарушением слуха, ассистивные информационные технологии).
При необходимости для обучающихся с нарушениями зрения на рабочих местах для проведения практических или лабораторных занятий устанавливается специальное программное обеспечение (программа речевой навигации, речевые синтезаторы, экранные лупы).
В учебные аудитории обеспечивается беспрепятственный доступ для обучающихся с инвалидностью и с ограниченными возможностями здоровья. В каждой аудитории, где обучаются инвалиды и лица с ограниченными возможностями здоровья, предусматривается соответствующее количество мест для обучающихся с учетом нарушений их здоровья.
Для освоения дисциплины инвалидам и лицам с ограниченными возможностями здоровья предоставляется доступ к

© ФГБОУ ВО «ЧелГУ»

печатным источникам, имеющимся в научной библиотеке ЧелГУ, с помощью специальных технических средств; доступ с помощью специальных технических и программных средств к электронным источникам, представленным в форме электронного документа в фонде научной библиотеки ЧелГУ или электронно-библиотечных системах.

Учебно-методические материалы для обучающихся из числа инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья предоставляются в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и особенностям восприятия информации.

Для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья освоение дисциплины может быть частично или полностью осуществлено с использованием дистанционных образовательных технологий.

При проведении промежуточной аттестации по дисциплине обучающимся с инвалидностью и с ограниченными возможностями здоровья обеспечивается по их заявлению предоставление в доступной форме в зависимости от их индивидуальных особенностей инструкции о порядке проведения промежуточной аттестации, оценочных средств и возможности ответов на задания (письменно на бумаге, набор ответов на компьютере, письменно шрифтом Брайля, с использованием услуг ассистента, устно).

При проведении процедуры оценивания результатов обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья предусматривается использование предоставленных ЧелГУ или собственных технических средств, необходимых им в связи с их индивидуальными особенностями. При необходимости инвалидам и лицам с ограниченными возможностями здоровья предоставляется дополнительное время для подготовки ответа на задания, процедура оценивания результатов обучения по дисциплине может проводиться в несколько этапов.

© ФГБОУ ВО «ЧелГУ»

38_03_01_ Инженерная экономика и ПК _Управление разработкой и внедрением нового продукта, очно-заочная форма, 2026 г.н.

Рабочая программа дисциплины (модуля) одобрена и рекомендована:

Проректор по учебной работе	утверждено 27.02.26	А.А. Саламатов

Ученым советом факультета экономики и управления

Протокол заседания № 11 от 24.02.2026

Председатель Ученого совета факультета экономики и управления	согласовано	А. А. Егорова

Заседанием кафедры прикладной экономики и маркетинга

Протокол заседания № 6 от 29.01.2026

Заведующий кафедрой	согласовано	И.А. Данилов
Автор (составитель)		С.Г. Камшилов

Структура рабочей программы соответствует приказу ректора ФГБОУ ВО «ЧелГУ» от «13» апреля 2021 г. № 274-1