

Министерство науки и высшего образования РФ
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования
«СИБИРСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

СОГЛАСОВАНО

Заведующий кафедрой

**Кафедра маркетинга и
международного
администрирования**

наименование кафедры

подпись, инициалы, фамилия

«___» _____ 20__ г.

институт, реализующий ОП ВО

УТВЕРЖДАЮ

Заведующий кафедрой

**Кафедра маркетинга и
международного
администрирования**

наименование кафедры

И.В. Филимоненко

подпись, инициалы, фамилия

«___» _____ 20__ г.

институт, реализующий дисциплину

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
УПРАВЛЕНИЕ ПРОДУКТОВЫМ
ПОРТФЕЛЕМ**

Дисциплина Б1.В.ДВ.14.02 Управление продуктовым портфелем

Направление подготовки /
специальность

Направленность
(профиль)

Форма обучения

очно-заочная

Год набора

2021

Красноярск 2021

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

составлена в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования с учетом профессиональных стандартов по укрупненной группе

380000 «ЭКОНОМИКА И УПРАВЛЕНИЕ»

Направление подготовки /специальность (профиль/специализация)

38.03.02 Менеджмент

Программу
составили

к.э.н, доцент, Вингерт Валентина
Валентиновна;старший преподаватель, Карпычева
Ольга Вячеславовна

1 Цели и задачи изучения дисциплины

1.1 Цель преподавания дисциплины

Целью изучения учебной дисциплины «Управление продуктовым портфелем» является формирование знаний и умений для формирования продуктовой политики компании с элементами бренд-менеджмента, разработки ассортиментной политики компании и оценки конкурентоспособности продуктов и услуг.

Учебная дисциплина «Управление продуктовым портфелем» предназначена для студентов, обучающихся по направлению подготовки бакалавров 38.03.02. Менеджмент. Дисциплина «Управление продуктовым портфелем» является прикладной научной дисциплиной, которая опирается на изучение предшествующих дисциплин: «Экономика предприятия», «Маркетинг», «Финансовый учет», «Финансовый менеджмент», «Бренд-менеджмент» и др.

В свою очередь курс «Управление продуктовым портфелем» является базой для изучения таких дисциплин как «Практикум по продвижению нового продукта на международные рынки».

Дисциплина «Управление продуктовым портфелем» формирует системный подход к формированию продуктовой и ассортиментной политики компании, а также к управлению «портфелем брендов» на основе применения стратегических и оперативных методов управления с учетом влияния различных факторов внутренней и внешней среды, а также анализа поведения потребителей. Полученные в ходе изучения дисциплины знания необходимы для разработки маркетинговых стратегий и планирования маркетинговой деятельности.

Полученные в ходе изучения дисциплины «Управление продуктовым портфелем» практические навыки и умения позволят в дальнейшем выпускнику бакалавриата ориентироваться в направлениях профессиональной деятельности и соответствовать изменяющимся потребностям на рынке труда.

Методологическую основу изучения вопросов дисциплины «Управление продуктовым портфелем» составляет комплексный подход: знание (знание конкретного материала, терминологии, определений и т.п.); понимание (объяснение, интерпретация, экстраполяция); применение (знание способов использования); анализ (видение связей, структуры); синтез (проектирование деятельности); оценка (профессиональные суждения).

Обучение носит междисциплинарный характер и ориентировано на достижение целей подготовки студентов-бакалавров направления 38.03.02. Менеджмент:

- 1) формирование профессиональных знаний;
- 2) развитие творческих, эвристических способностей, готовности к целеполаганию;
- 3) формирование навыков самообразования, саморазвития, самоактуализации;
- 4) формирование мотивации к аналитической, коммуникативной, организационно-управленческой, аудиторской, контрольной деятельности. Изучение дисциплины способствует развитию социокультурных, общественных способностей бакалавра, помогает в формировании внутренней дисциплины, профессиональной и социальной ответственности, инициативности, деловой этики.

Обучение по дисциплине основано на использовании активных методов и форм, нацеленных на формирование умений и практических навыков (семинарские занятия, анализ конкретных ситуаций, работа в малых группах, практикующие упражнения, дискуссии, проектные задания и т.д.). Все теоретические положения подтверждаются практическими примерами и прорабатываются на деятельностном уровне.

1.2 Задачи изучения дисциплины

Задачи изучения дисциплины «Управление продуктовым портфелем» раскрываются согласно системе знаний, умений и навыков в профессиональной сфере и в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки 38.03.02. Менеджмент. Для реализации поставленных целей студент должен:

- иметь системное представление о факторах, влияющих на принятие решений при разработке товаров и услуг;
- понимать механизмы принятия решений о приобретении товаров и услуг;
- обладать навыками, знаниями в области оценки конкурентоспособности товаров и услуг.

Студент должен понимать сущность и социальную значимость маркетинга для менеджера, необходимость регулярно повышать свою квалификацию, как с помощью дальнейшего обучения, так и самостоятельного овладения новыми знаниями.

Профессиональная компетентность объединяет в себе профессиональные знания, умения и навыки, обеспечивая возможность воспроизводить усвоенные способы деятельности в нестандартной ситуации, адаптируя к ним ранее усвоенные алгоритмы.

Дисциплина ориентирована на формирование у студентов знаний:

- классификации товаров потребительского и производственно-технического назначения с учетом жизненного цикла,

особенностей потребления и других факторов;

факторов, влияющих на принятие решений в области управления продуктовым портфелем;

методов сбора и анализа информации для формирования продуктовой и ассортиментной политики компании.

Дисциплина ориентирована на владение технологиями и механизмами использования базовых знаний при реализации профессиональных функций (умения и навыки):

применения стратегических и оперативных методов управления продуктовым портфелем;

оценки финансовой привлекательности продуктов с позиции потребителя и компании;

использования результатов маркетинговых исследований для разработки продуктовой политики компании.

1.3 Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

ПК-8:Способен принимать обоснованные решения по соответствию программ и проектов планам стратегического развития организации и интересам заинтересованных сторон и планировать процесс их реализации	
ПК-8.1:Знать основы макро- и микроэкономики, финансовой математики, теории вероятности и математической статистики, оценки рисков, стратегического менеджмента, процессы управления программами и проектами	
Уровень 1	основы микро- и макроэкономики, финансовой математики, статистики
Уровень 1	проводить стратегический анализ продуктового портфеля
Уровень 1	навыками выявления направлений оптимизации продуктового портфеля
ПК-8.2:Уметь анализировать источники финансирования проектов и программ, оценивать их финансовые потоки и обязательные платежи, планировать управление их содержанием, эффективностью и оценкой рисков	
Уровень 1	методы финансовой оценки продуктового портфеля
Уровень 1	аккумулировать информацию управленческого и финансового учета для оценки сбалансированности и прибыльности продуктового портфеля
Уровень 1	навыками расчета финансовых показателей продуктового портфеля
ПК-8.3:Владеть инструментами разработки алгоритмов, моделей, схем финансирования проектов и программ, выявления и оценки рисков, экономическими методами прогнозирования развития рынков на кратко-, средне- и долгосрочную перспективу, процессами разработки мероприятий по управлению рисками проектов и программ, подготовки управленческой документации	
Уровень 1	методы статистического анализа и прогнозирования развития рынков

Уровень 1	разрабатывать программы повышения эффективности управления продуктовым портфелем
Уровень 1	разрабатывать управленческую документацию по проектам оптимизации продуктового портфеля

1.4 Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы

В системе профессиональной подготовки менеджеров дисциплина «Управление продуктовым портфелем» является дисциплиной по выбору, обеспечивая преемственность и гармонизацию изучения профессиональных дисциплин ОП подготовки студентов-бакалавров по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент.

Дисциплина «Управление продуктовым портфелем» относится к вариативной части профессионального цикла дисциплин Федерального Государственного образовательного стандарта высшего образования. В правильном формировании профессиональной компетентности важную роль играет междисциплинарная интеграция, обеспечивающая формирование интегрального типа профессионального мышления бакалавра. В рамках интеграции будущий бакалавр обязан научиться использовать полученные знания, междисциплинарные умения и навыки в области общих гуманитарных и социально-экономических, общепрофессиональных и специальных дисциплин, применять методологический аппарат изучаемой дисциплины «Управление продуктовым портфелем» в интегративной связи с методологическим инструментарием других дисциплин при формировании целостной модели решения комплексных познавательных и профессиональных задач. Другим аспектом междисциплинарной интеграции является понимание сущности, места, роли изучаемой дисциплины «Управление продуктовым портфелем» в общественном устройстве как таковом и в области социально-экономических дисциплин в частности, в использовании его методов для решения профессиональных задач.

Студент должен видеть связь дисциплины «Управление продуктовым портфелем» с другими дисциплинами образовательной программы и использовать ее при приобретении знаний, навыков и умений, предусмотренных в процессе обучения.

1.5 Особенности реализации дисциплины Язык реализации дисциплины Русский.

Дисциплина (модуль) реализуется с применением ЭО и ДОТ

<https://e.sfu-kras.ru/course/view.php?id=18948>

2. Объем дисциплины (модуля)

Вид учебной работы	Всего, зачетных единиц (акад.час)	Семестр
		10
Общая трудоемкость дисциплины	4 (144)	4 (144)
Контактная работа с преподавателем:	0,83 (30)	0,83 (30)
занятия лекционного типа	0,28 (10)	0,28 (10)
занятия семинарского типа		
в том числе: семинары		
практические занятия	0,56 (20)	0,56 (20)
практикумы		
лабораторные работы		
другие виды контактной работы		
в том числе: групповые консультации		
индивидуальные консультации		
иная внеаудиторная контактная работа:		
групповые занятия		
индивидуальные занятия		
Самостоятельная работа обучающихся:	2,17 (78)	2,17 (78)
изучение теоретического курса (ТО)		
расчетно-графические задания, задачи (РГЗ)		
реферат, эссе (Р)		
курсовое проектирование (КП)	Нет	Нет
курсовая работа (КР)	Нет	Нет
Промежуточная аттестация (Экзамен)	1 (36)	1 (36)

3 Содержание дисциплины (модуля)

3.1 Разделы дисциплины и виды занятий (тематический план занятий)

№ п/п	Модули, темы (разделы) дисциплины	Занятия лекционного типа (акад. час)	Занятия семинарского типа		Самостоятельная работа, (акад. час)	Формируемые компетенции
			Семинары и/или Практические занятия (акад. час)	Лабораторные работы и/или Практикумы (акад. час)		
1	2	3	4	5	6	7
1	Продукт и ассортимент как инструменты маркетинга	2	4	0	22	ПК-8.1 ПК-8.2 ПК-8.3
2	Стратегические и оперативные методы управления продуктовым портфелем	5	10	0	36	ПК-8.1 ПК-8.2 ПК-8.3
3	Управление марочным портфелем	3	6	0	20	ПК-8.1 ПК-8.2 ПК-8.3
Всего		10	20	0	78	

3.2 Занятия лекционного типа

№ п/п	№ раздела дисциплины	Наименование занятий	Объем в акад. часах		
			Всего	в том числе, в инновационной форме	в том числе, в электронной форме
1	1	Основные термины и определения, подходы к моделированию продуктов	1	0	0
2	1	Показатели товарного ассортимента и факторы, на него влияющие	1	0	0

3	2	Типология решений в области продукта и ассортимента	1	0	0
4	2	Методы управления продуктом и ассортиментом	2	0	0
5	2	Оценка адекватности продукта требованиям рынка	1	0	0
6	2	Комплексное исследование рынка в рамках управления товарным ассортиментом	1	0	0
7	3	Типы решений относительно торговых марок	2	0	0
8	3	Выбор марочной стратегии	1	0	0
Всего			10	0	0

3.3 Занятия семинарского типа

№ п/п	№ раздела дисциплины	Наименование занятий	Объем в акад. часах		
			Всего	в том числе, в инновационной форме	в том числе, в электронной форме
1	1	Основные термины и определения, подходы к моделированию продуктов	2	0	0
2	1	Показатели товарного ассортимента и факторы, на него влияющие	2	0	0
3	2	Типология решений в области продукта и ассортимента	2	0	0
4	2	Методы управления продуктом и ассортиментом	4	0	0
5	2	Оценка адекватности продукта требованиям рынка	2	0	0
6	2	Комплексное исследование рынка в рамках управления товарным ассортиментом	2	0	0

7	3	Типы решений относительно торговых марок	4	0	0
8	3	Выбор марочной стратегии	2	0	0
Всего			20	0	0

3.4 Лабораторные занятия

№ п/п	№ раздела дисциплины	Наименование занятий	Объем в акад. часах		
			Всего	в том числе, в инновационной форме	в том числе, в электронной форме
Всего					

5 Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации

Оценочные средства находятся в приложении к рабочим программам дисциплин.

6 Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля)

6.1. Основная литература			
	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год
Л1.1	Борискова Л. А., Глебова О. В., Гусева И. Б.	Управление разработкой и внедрением нового продукта: учебное пособие	Москва: ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М", 2016
Л1.2	Куликова Н. Р., Трыкова Т. А., Борзунова Н. С.	Управление ассортиментом товаров: учебное пособие для СПО	Москва: Издательский дом "Альфа-М", 2014
6.2. Дополнительная литература			
	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год
Л2.1	Котлер Ф., Келлер К. Л., Немчин А. М., Дуболазов В. А.	Маркетинг менеджмент: [перевод с английского]	Санкт-Петербург: Питер, 2009
Л2.2	Лыгина Н. И., Макарова Т. Н.	Поведение потребителей: Учебник	Москва: Издательский Дом "ФОРУМ", 2011

Л2.3	Лыгина Н.И.	Поведение потребителей: учебное пособие для студентов вузов.; допущено МО РФ в качестве учебного пособия	М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2007
------	-------------	--	----------------------

7 Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины (модуля)

Э1	Адресно-справочная база данных компаний, производителей товаров и услуг	www.pages.ru
Э2	Информационная система, имеющая базы данных проектов и технологий	www.itcenter.msk.ru
Э3	Обзор СМИ	www.polpred.com
Э4	Базы данных Федеральной службы государственной статистики	www.gks.ru
Э5	Базы данных Территориального органа Федеральной службы государственной статистики по Красноярскому краю (Красноярскстат);	www.krasstat.gks.ru
Э6	ИАС «Статистика»	www.ias-stat.ru
Э7	Ист Вью (EastView)	www.ebiblioteka.ru
Э8	Научная электронная библиотека (eLIBRARY.RU)	http://elibrary.ru
Э9	Электронно-библиотечная система «ИНФРА-М»	www.znaniyum.com

8 Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)

Вся работа по изучению дисциплины «Управление продуктовым портфелем» реализуется двумя способами: с использованием электронного УМО курса (<https://e.sfu-kras.ru/course/view.php?id=18948>) и в аудитории при непосредственном участии преподавателя.

На практических занятиях в аудитории студент будет находиться в постоянном очном диалоге с преподавателем, получать консультации по выполнению практических заданий.

Электронный курс по дисциплине «Управление продуктовым портфелем» систематизирует существующий материал, информационные ресурсы, инструментарий исследования и анализа рынка, которые необходимы выпускнику, закончившему Образовательную программу по направлению 38.03.02 «Менеджмент» и предлагает весь материал знаний в удобной форме.

Оценка знаний студента будет осуществляться в электронном курсе. Курс завершается экзаменом, для получения которого необходимо выполнить все задания и получить в качестве итоговой оценки по курсу минимум 5 баллов (см. раздел 5).

По дисциплине «Управление продуктовым портфелем» учебным

планом предусмотрены такие виды самостоятельной работы, как: изучение разделов теоретического цикла курса; выполнение расчетных заданий; анализ кейсов.

Самостоятельная работа студентов по дисциплине «Управление продуктовым портфелем» организуется в следующих формах.

1. Изучение теоретического материала по темам и разделам дисциплины. При подготовке к практическим занятиям, выполнении практических работ необходимо пользоваться теоретическим материалом, представленным в УМО «Управление продуктовым портфелем», рекомендованной литературой основного и дополнительного списков, которая включает научные труды ведущих специалистов, ученых и практиков (монографии, учебники, учебные пособия). Для подбора литературы используются каталоги научной библиотеки университета, Красноярской краевой научной библиотеки, ресурсы сети Интернет. В библиотеках имеются указатели литературы по различным темам, систематические и алфавитные каталоги, библиографические справочники.

При изучении теоретического материала по темам и разделам дисциплины необходимо использовать нормативные (законодательные) акты (Кодексы, Законы Российской Федерации и ее субъектов, Указы Президента, Постановления Правительства, Постановления органов местного самоуправления), публикации периодической печати.

При изучении литературы необходимо уделять особое внимание изучению всех вопросов, входящих в программу курса, а также подготовке ответов на контрольные вопросы к практическим занятиям, которые приводятся в учебном пособии по организации самостоятельной работы студентов, входящем в учебно-методический комплекс дисциплины.

2. Анализ кейсов. Студентам для самостоятельного выполнения предлагаются материалы конкретной ситуации, перечень заданий для анализа и этапы их выполнения. В конце каждой ситуации приводятся время, рекомендуемое для анализа, система оценок по этапам решения ситуации, представлено максимальное количество баллов, которые может получить студент за выполнение данного задания. Описание всех ситуаций представлено в ЭОР «Управление продуктовым портфелем».

Студенты самостоятельно либо принудительно (преподавателем) объединяются в малые группы, проводят совместный анализ предложенной ситуации, определяют групповое решение по заданиям к ситуации, готовят презентацию результатов групповой работы с использованием ПО MS PowerPoint.

Презентация проводится на аудиторных практических занятиях. В ходе презентации заслушиваются результаты работы каждой

студенческой группы, обсуждаются сильные и слабые стороны предлагаемых ответов на поставленные вопросы. После обсуждения до студентов доводится «мастерское» решение проблемы.

Результаты анализа кейса оформляются в виде текстового файла (*.doc), вместе с файлом презентации (*.ppt) загружаются и отправляются преподавателю через систему Moodle (УМО «Управление продуктовым портфелем»).

Этапы занятия:

Постановка целей и задач анализа кейса.

Разделение студентов на группы по 2-3 человека для выполнения задания.

Постановка заданий для выполнения в малой группе:

а) ознакомиться с ситуацией, заданием к ней и системой оценки заданий;

б) выяснить все непонятные и спорные моменты по тексту ситуации у преподавателя;

в) сформулировать аргументированные ответы на вопросы к ситуации.

Обсуждение ситуации в малых группах, поиск ответов на задания к кейсу.

Подготовка презентации результатов групповой дискуссии с использованием возможностей PowerPoint.

Презентация и обсуждение результатов групповых работ.

9 Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю) (при необходимости)

9.1 Перечень необходимого программного обеспечения

9.1.1	MicrosoftWindows 7,8,10 договор №4072/15 от 12.ноября.2015г неограниченное количество в пределах институтов по подписке DreamSparkPremiumElectronicSoftwareDelivery (3 years) Renewal 3 года (до 12 ноября 2018 г.)
9.1.2	• Microsoft Office Professional Plus 2007 Russia Лицензия №43158512 от 04.12.2007 2400 копийбессрочно (Microsoft Open License).
9.1.3	• GoogleChromeFree.
9.1.4	

9.2 Перечень необходимых информационных справочных систем

9.2.1	Информационно справочная система Консультант плюс договор № 21787900202 от 26.05.2016 ООО Информационный центр "Искра" Не ограниченное, бессрочно
-------	---

10 Материально-техническая база, необходимая для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю)

Характеристика аудиторий, оборудования, технических средств обучения, используемых в программе 38.03.02«Менеджмент»:

- лекционные аудитории с мультимедийным оборудованием, включая проекционную и аудиотехнику;
- мультимедийные аудитории для практических занятий, оснащенные моделируемой мебелью, мультимедийным проектором;
- презентационные комплексы SmartBoard, InterWrite установлены стационарно во всех лабораторных аудиториях;
- компьютерные классы с выделенным выходом в Интернет на 15-20 рабочих мест. Конфигурация персональных ЭВМ и рабочих мест базируется на платформе процессоров типа INTELPentium, Celeron, Core 2Duo и т. п. с оперативной памятью 128÷2048 Mb, видеоплатами с ОЗУ 32÷512 Mb, минимальным объемом HDD 20 Гб, LCD и CRT мониторами с размером экрана по диагонали 15÷19”.

Освоение дисциплины инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья, в зависимости от нозологий, осуществляется с использованием средств обучения общего и специального назначения.