

Министерство науки и высшего образования РФ
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования
«СИБИРСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Б1.В.ДВ.14.02 Управление продуктовым портфелем

наименование дисциплины (модуля) в соответствии с учебным планом

Направление подготовки / специальность

38.03.02 МЕНЕДЖМЕНТ

Направленность (профиль)

38.03.02 МЕНЕДЖМЕНТ

Форма обучения

очная

Год набора

2020

Красноярск 2023

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Программу составили _____

Старший преподаватель, Карпычева О.В.

должность, инициалы, фамилия

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

Код и наименование индикатора достижения компетенции	Запланированные результаты обучения по дисциплине
ПК-6: способностью участвовать в управлении проектом, программой внедрения технологических и продуктовых инноваций или программой организационных изменений	
ПК-7: владением навыками поэтапного контроля реализации бизнес-планов и условий заключаемых соглашений, договоров и контрактов/ умением координировать деятельность исполнителей с помощью методического инструментария реализации управленческих решений в области функционального менеджмента для достижения высокой согласованности при выполнении конкретных проектов и работ	

1.4 Особенности реализации дисциплины

Язык реализации дисциплины: Русский.

Дисциплина (модуль) реализуется с применением ЭО и ДОТ

URL-адрес и название электронного обучающего курса: <https://e.sfu-kras.ru/course/view.php?id=18948>.

2. Объем дисциплины (модуля)

Вид учебной работы	Всего, зачетных единиц (акад.час)	е
		1
Контактная работа с преподавателем:	1,5 (54)	
занятия лекционного типа	0,5 (18)	
практические занятия	1 (36)	
Самостоятельная работа обучающихся:	1,5 (54)	
курсовое проектирование (КП)	Нет	
курсовая работа (КР)	Нет	
Промежуточная аттестация (Экзамен)	1 (36)	

3 Содержание дисциплины (модуля)

3.1 Разделы дисциплины и виды занятий (тематический план занятий)

		Контактная работа, ак. час.							
№ п/п	Модули, темы (разделы) дисциплины	Занятия лекционного типа		Занятия семинарского типа				Самостоятельная работа, ак. час.	
				Семинары и/или Практические занятия		Лабораторные работы и/или Практикумы			
		Всего	В том числе в ЭИОС	Всего	В том числе в ЭИОС	Всего	В том числе в ЭИОС	Всего	В том числе в ЭИОС
1. Продукт и ассортимент как инструменты маркетинга									
	1. Изучение теоретических вопросов, решение практических ситуаций							12	
	2. Основные термины и определения, подходы к моделированию продуктов	2							
	3. Показатели товарного ассортимента и факторы, на него влияющие	2							
	4. Основные термины и определения, подходы к моделированию продуктов			4					
	5. Показатели товарного ассортимента и факторы, на него влияющие			4					
2. Стратегические и оперативные методы управления продуктовым портфелем									
	1. Изучение теоретических вопросов, решение практических ситуаций, решение задач в рабочих тетрадях							30	

2. Типология решений в области продукта и ассортимента	2							
3. Методы управления продуктом и ассортиментом	4							
4. Оценка адекватности продукта требованиям рынка	2							
5. Комплексное исследование рынка в рамках управления товарным ассортиментом	2							
6. Типология решений в области продукта и ассортимента			4					
7. Методы управления продуктом и ассортиментом			8					
8. Оценка адекватности продукта требованиям рынка			4					
9. Комплексное исследование рынка в рамках управления товарным ассортиментом			4					
3. Управление марочным портфелем								
1. Типы решений относительно торговых марок	2							
2. Выбор марочной стратегии	2							
3. Типы решений относительно торговых марок			4					
4. Выбор марочной стратегии			4					
5. Изучение теоретических вопросов, решение практических ситуаций							12	
Всего	18		36				54	

4 Учебно-методическое обеспечение дисциплины

4.1 Печатные и электронные издания:

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").
2. Куликова Н. Р., Трыкова Т. А., Борзунова Н. С. Управление ассортиментом товаров: учебное пособие для СПО(Москва: Издательский дом "Альфа-М").
3. Котлер Ф., Келлер К. Л., Немчин А. М., Дуболазов В. А. Маркетинг менеджмент: [перевод с английского](Санкт-Петербург: Питер).
4. Энджел Д., Блэкуэлл Р. Д., Миниард П. У. Поведение потребителей: перевод с английского(Санкт-Петербург: Питер).

4.2 Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение, в том числе отечественного производства (программное обеспечение, на которое университет имеет лицензию, а также свободно распространяемое программное обеспечение):

1. Для изучения дисциплины обучающимся необходимо наличие доступа к:
2. • 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.)
3. • Microsoft Office Professional Plus 2007 Russia Лицензия №43158512 от 04.12.2007 2400 копийбессрочно (Microsoft Open License).
4. • GoogleChromeFree.

4.3 Интернет-ресурсы, включая профессиональные базы данных и информационные справочные системы:

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

5 Фонд оценочных средств

Оценочные средства находятся в приложении к рабочим программам дисциплин.

6 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 INTEL Pentium, Celeron, Core 2Duo и т. п. с оперативной памятью 128÷2048 Мб, видеоплатами с ОЗУ 32÷512 Мб, 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