

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования

«Оренбургский государственный университет»

Кафедра маркетинга, коммерции и рекламы

Декан факультета экономики и управления

О.В. Буреш

(подпись, расшифровка по форме)

10 декабря 2015 г.



РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

ДИСЦИПЛИНЫ

«Б.1.В.ОД.5 Технология разработки проектирования концепции продукта»

Уровень высшего образования

БАКАЛАВРИАТ

Направление подготовки

38.03.06 Торговое дело

(код и наименование направления подготовки)

Коммерция

(наименование направленности (профиля) образовательной программы)

Тип образовательной программы

Программа академического бакалавриата

Квалификация

Бакалавр

Форма обучения

Очная

Рабочая программа дисциплины «Б.1.В.ОД.5 Технология разработки проектирования концепции продукта» /сост.

И.Б. Береговая - Оренбург: ОГУ, 2015

Рабочая программа предназначена студентам очной формы обучения по направлению подготовки 38.03.06 Торговое дело

Содержание

1 Цели и задачи освоения дисциплины	4
2 Место дисциплины в структуре образовательной программы	4
3 Требования к результатам обучения по дисциплине	5
4 Структура и содержание дисциплины	6
4.1 Структура дисциплины	6
4.2 Содержание разделов дисциплины	7
4.3 Лабораторные работы	8
4.4 Практические занятия (семинары)	8
5 Учебно-методическое обеспечение дисциплины	8
5.1 Основная литература	8
5.2 Дополнительная литература	9
5.3 Периодические издания	10
5.4 Интернет-ресурсы	10
5.5 Программное обеспечение, профессиональные базы данных и информационные справочные системы современных информационных технологий	11
6 Материально-техническое обеспечение дисциплины	11
Лист согласования рабочей программы дисциплины	12
Дополнения и изменения в рабочей программе дисциплины	
Приложения:	
Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине	
Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины	

1 Цели и задачи освоения дисциплины

Цель освоения дисциплины: освоение студентами теоретических и практических подходов к технологии разработки проектирования концепции нового продукта.

Задачи:

- получение базовых представлений о технологии разработки проектирования концепции нового продукта;
- получение представлений об особенностях разработки рекламного продукта;
- умение генерирования и отбора идей для разработки нового продукта;
- получение навыков определения критических факторов успеха нового продукта;
- приобретение навыков разработки проектов продвижения нового продукта.

2 Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина относится к обязательным дисциплинам (модулям) вариативной части блока 1 «Дисциплины (модули)»

Пререквизиты дисциплины: *Б.1.Б.19 Информационные технологии в коммерческой деятельности, Б.1.В.ОД.9 Предпринимательская деятельность*

Требования к входным результатам обучения, необходимым для освоения дисциплины

Предварительные результаты обучения, которые должны быть сформированы у обучающегося до начала изучения дисциплины	Компетенции
Знать: теорию обучения (дидактики) и воспитания как механизмов развития и саморазвития личности Уметь: использовать результаты самообразования для решения профессиональных задач Владеть: осознанием необходимости самообразования на протяжении всей жизни	ОК-5 способностью к самоорганизации и самообразованию
Знать: способы обобщения, анализа и восприятия информации культурологического характера, а также их базовые характеристики Уметь: самостоятельно ставить цель и выбирать пути ее достижения при анализе и обобщении информации, изложенной в культурологических положениях, источниках, фактах Владеть: культурой мышления, культурологической терминологией, навыками анализа и обобщения актуальной социокультурной информации с использованием культурологических знаний, готовность применять эти навыки	ОК-9 владением культурой мышления, способностью к обобщению, анализу, восприятию информации, постановке цели и выбору путей ее достижения
Знать: основные понятия, цели, принципы, объекты, методы товароведения, ассортиментные, квалитетические, количественные характеристики товаров; классификацию укрупненного ассортимента потребительских товаров; принципы и этапы формирования ассортимента товаров; современные методы и методики анализа, оптимизации и сбалансированности ассортимента торгового предприятия; Уметь: работать с нормативными документами, распознавать формы подтверждения соответствия, различать международные и национальные единицы измерения; формировать ассортимент в соответствии с покупательским спросом; Владеть: методами регулирования формирующих и сохраняющих факторов; умением, навыками и опытом оптимизации ассортимента;	ПК-1 способностью управлять ассортиментом и качеством товаров и услуг, оценивать их качество, диагностировать дефекты, обеспечивать необходимый уровень качества товаров и их сохранение, эффективно осуществлять контроль качества товаров и услуг, приемку и учет товаров по количеству и качеству
Знать: сущность маркетинговой деятельности предприятия, аспекты предпринимательской деятельности, связанные с анализом среды предприятия и рыночной конъюнктуры Уметь: формировать и удовлетворять потребности	ПК-3 готовностью к выявлению и удовлетворению потребностей покупателей

Предварительные результаты обучения, которые должны быть сформированы у обучающегося до начала изучения дисциплины	Компетенции
Владеть: методами и средствами выявления и формирования спроса потребителей; сбора, обработки и анализа маркетинговой информации; умением проводить маркетинговые исследования.	товаров, их формированию с помощью маркетинговых коммуникаций, способностью изучать и прогнозировать спрос потребителей, анализировать маркетинговую информацию, конъюнктуру товарного рынка
Знать: инновационные методы, средства и технологии в области маркетинговых инструментов, методы сбора информации о деятельности конкурентов. Уметь: организовывать сбор информации о деятельности конкурентов; анализировать положение бренда на рынке и разрабатывать предложения по укреплению имиджа Владеть: навыками разработки инновационных методов, средств и технологий в области профессиональной деятельности	ПК-11 способностью участвовать в разработке инновационных методов, средств и технологий в области профессиональной деятельности (коммерческой, маркетинговой, рекламной, логистической и (или) товароведной)
Знать: виды бизнес-процессов, методы оценки их эффективности. Уметь: прогнозировать бизнес-процессы и оценивать их эффективность. Владеть: методологией оценки эффективности бизнес-процессов.	ПК-14 способностью прогнозировать бизнес-процессы и оценивать их эффективность

Постреквизиты дисциплины: *Б.1.В.ОД.11 Управление коммерческими проектами*

3 Требования к результатам обучения по дисциплине

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих результатов обучения

Планируемые результаты обучения по дисциплине, характеризующие этапы формирования компетенций	Формируемые компетенции
Знать: методы поиска, сбора и обработки информации с целью проведения исследования; методы маркетинговых исследований; Уметь: обосновывать актуальность, теоретическую и практическую значимость исследуемой проблемы; собирать, анализировать и обрабатывать необходимые данные и представлять их в требуемой для информационного обзора / аналитического отчета форме; готовить аналитические материалы для управления бизнес-процессами и оценки их эффективности; планировать и проводить исследования для решения задач профессиональной деятельности Владеть: навыками извлечения необходимой информации из текста; навыками целостного подхода к анализу проблем курса; навыками самостоятельной научной и исследовательской работы; опытом проведения маркетинговых исследований	ПК-10 способностью проводить научные, в том числе маркетинговые, исследования в профессиональной деятельности
Знать: инновационные методы, средства и технологии в коммерческой, маркетинговой деятельности, методы сбора информации о деятельности конкурентов. Уметь: организовывать сбор информации о деятельности конкурентов, выпускаемой ими продукции; анализировать положение продукта на рынке и разрабатывать предложения по его укреплению. Владеть: опытом разработки инновационных методов, средств и технологий в области профессиональной деятельности (коммерческой, или маркетинговой, или рекламной, или логистической, или товароведной)	ПК-11 способностью участвовать в разработке инновационных методов, средств и технологий в области профессиональной деятельности (коммерческой, маркетинговой, рекламной, логистической и (или) товароведной)

Планируемые результаты обучения по дисциплине, характеризующие этапы формирования компетенций	Формируемые компетенции
Знать: основные виды и элементы проектов, важнейшие принципы, функции и методов управления проектом разработки нового продукта, методологии анализа и синтеза управленческих решений при реализации проектов по разработке нового продукта. Уметь: применять технологии организационного проектирования в рамках проектного управления, разрабатывать технико-экономическое обоснование проекта. Владеть: способами использования различного инструментария в проектной деятельности; методологией разработки проектов профессиональной деятельности (торгово-технологические, и/или маркетинговые, и/или рекламные, и/или логистические процессы) с использованием информационных технологий	ПК-12 способностью разрабатывать проекты профессиональной деятельности (торгово-технологические, маркетинговые, рекламные, и (или) логистические процессы) с использованием информационных технологий
Знать: современные программные средства в области управления проектами, основные методы в управлении проектами; организацию деятельности маркетинговых служб, распределение обязанностей при реализации исследовательских проектов маркетинговой деятельности Уметь: анализировать реализуемость и эффективность проекта, координировать работу между различными службами организации. Владеть: методами проектного анализа и математическим аппаратом оценки эффективности и рисков проекта; разработки календарного плана проекта	ПК-13 готовностью участвовать в реализации проектов в области профессиональной деятельности (коммерческой, маркетинговой, рекламной, логистической и (или) товароведной)
Знать: виды бизнес-процессов, методы оценки их эффективности. Уметь: прогнозировать бизнес-процессы и оценивать их эффективность. Владеть: методологией оценки эффективности бизнес-процессов.	ПК-14 способностью прогнозировать бизнес-процессы и оценивать их эффективность

4 Структура и содержание дисциплины

4.1 Структура дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины составляет 6 зачетных единиц (216 академических часов).

Вид работы	Трудоемкость, академических часов	
	5 семестр	всего
Общая трудоёмкость	216	216
Контактная работа:	67,25	67,25
Лекции (Л)	34	34
Практические занятия (ПЗ)	16	16
Лабораторные работы (ЛР)	16	16
Консультации	1	1
Промежуточная аттестация (зачет, экзамен)	0,25	0,25
Самостоятельная работа: - выполнение индивидуального творческого задания (ИТЗ); - самоподготовка (проработка и повторение лекционного материала и материала учебников и учебных пособий; - подготовка к лабораторным занятиям; - подготовка к практическим занятиям; - подготовка к рубежному контролю и т.п.)	148,75	148,75
Вид итогового контроля (зачет, экзамен, дифференцированный зачет)	экзамен	

№ раздела	Наименование разделов	Количество часов				
		всего	аудиторная работа			внеауд. работа
			Л	ПЗ	ЛР	
1	Эволюция создания и производства новых продуктов	16	2	4		10
2	Новый продукт и его значение для экономического развития	18	2	4		12
3	Разработка новых продуктов и выход на рынок	16	2		4	10
4	Источники и методы поиска идей новых продуктов	50	8		4	38
5	Технологические особенности разработки нового продукта	34	6		4	24
6	Продвижение нового продукта	34	6	4		24
7	Особенности разработки творческой концепции рекламного продукта	32	6		4	22
8	Стратегии фирм, связанные с реализацией нового продукта	16	2	4		10
	Итого:	216	34	16	16	150
	Всего:	216	34	16	16	150

4.2 Содержание разделов дисциплины

Раздел 1. Эволюция создания и производства новых продуктов. Основные проблемы управления разработкой и продвижением нового продукта. Типы новых товаров. Интенсивность обновления продуктов. Уникальность продукта. Планируемый износ продукта. Причины применения фирмами «планируемого износа продукта».

Раздел 2. Новый продукт и его значение для экономического развития. Ключевые функции разработки нового продукта. Разработка концепции нового продукта в маркетинговой деятельности предприятия.

Раздел 3. Разработка новых продуктов и выход на рынок. Общие принципы разработки новых продуктов. Планирование и реализация инноваций. Анализ рисков разработки и вывода нового товара на рынок.

Раздел 4. Источники и методы поиска идей новых продуктов. Особенности процесса создания и освоения инноваций. Нововведение и процесс «проникновения нововведений». Проникновение нововведения. Источники идей. Ключевые направления идей: климат и энергия, здоровье и продукты питания, мобильность, безопасность, коммуникации. Творческие методы получения идеи. Методы генерирования идей: морфологический анализ; интуитивно-творческие методы (метод мозгового штурма, метод «635», синектика, метод систематизированной интеграции элементов решения). Методы отбора идей: сценарный метод, GAP-анализ, дерево решений, экспертная оценка решений, метод анализа рисков, метод Дельфи.

Методы учета мнений потребителей при разработке продукта. Опросы: методы, технология проведения и обработки результатов. Рекламации. Структурирование функций качества.

Анализ экономичности. Функционально-стоимостной анализ. Прогноз реализации. Оценка возможностей продукта. Модификация продукта. Формирование программы. Решения, касающиеся производственной программы и ассортимента. Средства содействия реализации нового продукта. Гарантии и обслуживание потребителей нового продукта.

Раздел 5. Технологические особенности разработки нового продукта. Предварительный анализ производственных процессов. Проектирование производственного потока. Структуры

производственных потоков. Проектирование услуг и выбор процесса обслуживания. Операционная классификация услуг

Раздел 6. Продвижение нового продукта. Стратегии продвижения. Интегрированные маркетинговые коммуникации. Реклама, стимулирование продаж и паблик рилейшнз. Личные продажи и управление продавцами.

Раздел 7. Особенности разработки творческой концепции рекламного продукта. Создание концепции рекламного обращения Выбор средств и эффективность рекламы: рекламные персонажи; оценка стоимости бренда; оценка рекламно-коммуникационной стратегии. Рекламный текст. Структура вербальной части рекламы: основные компоненты рекламного текста; слоган; заголовок; основной рекламный текст (ОРТ); эхо фраза. Маркетинговая информация в рекламном тексте: имя бренда; уникальное торговое предложение; дополнительная маркетинговая информация. Интралингвистические особенности рекламного текста: Фонетика рекламного текста; лексика; синтаксис; читаемость рекламного текста. Стилистика рекламы: специфика стиля рекламы, тропы, речевые фигуры. Приемы речевого воздействия в рекламе: языковое манипулирование, имплицитная информация и якорение; аргументация в рекламе. Бриф.

Раздел 8. Стратегии фирм, связанные с реализацией нового продукта. Виолентная (силовая) стратегия. Пациентная (нишевая) стратегия. Коммутантная (приспособительная) стратегия. Эксплерентная (пионерская) стратегия. Положение на рынке ведущих компаний. Жизненный цикл фирмы.

4.3 Лабораторные работы

№ ЛР	№ раздела	Наименование лабораторных работ	Кол-во часов
1,2	3	Разработка новых продуктов и выход на рынок	4
3,4	4	Источники и методы поиска идей новых продуктов	4
5,6	5	Технологические особенности разработки нового продукта	4
7,8	7	Особенности разработки творческой концепции рекламного продукта	4
		Итого:	16

4.4 Практические занятия (семинары)

№ занятия	№ раздела	Тема	Кол-во часов
1,2	1	Эволюция создания и производства новых продуктов	4
3,4	2	Новый продукт и его значение для экономического развития	4
5,6	6	Продвижение нового продукта	4
7,8	8	Стратегии фирм, связанные с реализацией нового продукта	4
		Итого:	16

5 Учебно-методическое обеспечение дисциплины

5.1 Основная литература

1. Бун, Л. Современный маркетинг : учебник [Электронный ресурс]/ Л. Бун, Д. Куртц ; пер. В.Н. Егоров. - 11-е изд., перераб. и доп. - М. : Юнити-Дана, 2012. - 1039 с. - (Зарубежный учебник). - ISBN 5-238-00888-0. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=118139>. - ЭБС «Университетская библиотека», по паролю.
2. Годин, А.М. Маркетинг : учебник для бакалавров [Электронный ресурс] / А.М. Годин. - 11-е изд., перераб. и доп. - М. : Дашков и Ко, 2014. - 656 с. : ил. - (Учебные издания для бакалавров). - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-394-02389-7. - URL:

- <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=253807>. - ЭБС «Университетская библиотека», по паролю.
3. Леманн, Д.Р. Управление продуктом : учебник [Электронный ресурс]/ Д.Р. Леманн, Р.С. Винер ; под ред. Л.Е. Миронова. - 4-е изд. - М. : Юнити-Дана, 2012. - 742 с. - (Зарубежный учебник). - ISBN 978-5-238-01331-2. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=117391>. - ЭБС «Университетская библиотека», по паролю.
 4. Титова, В.А. Управление маркетингом : учебное пособие [Электронный ресурс]/ В.А. Титова, М.Е. Цой, Е.В. Мамонова ; Министерство образования и науки Российской Федерации, Новосибирский государственный технический университет. - 2-е изд., перераб. и доп. - Новосибирск : НГТУ, 2013. - 468 с. : табл., граф., схем., ил. - (Учебники НГТУ). - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-7782-2071-3. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=436286>. - ЭБС «Университетская библиотека», по паролю.
 5. Управление маркетингом : учебное пособие / под ред. А.В. Коротков, И.М. Синяева. - 2-е изд., перераб. и доп. - М. : Юнити-Дана, 2015. - 463 с. - Библиогр. в кн. - ISBN 5-238-00883-X ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114556>. - ЭБС «Университетская библиотека», по паролю.

5.2 Дополнительная литература

1. Бланк, С. Четыре шага к озарению: Стратегии создания успешных стартапов [Электронный ресурс] / Стив Бланк ; Пер. с англ. — М.: Альпина Паблишер, 2014. — 368 с. - ISBN 978-5-9614-4645-6 -Режим доступа: <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=52165>. - ЭБС: «Знаниум», по паролю.
2. Ганин, Н. Б. Проектирование в системе КОМПАС-3D [Электронный ресурс] : учебный курс / Н. Б. Ганин. - М.: ДМК Пресс, 2009. - 440 с.: ил. - ISBN 978-5388-00173-3. – Режим доступа: <http://znanium.com/bookread2.php?book=407196>. - ЭБС: «Знаниум», по паролю.
3. Еремеев, А.Ю. Методическое обеспечение разработки нового турпродукта [Электронный ресурс] / А.Ю. Еремеев. - М. : Лаборатория книги, 2012. - 122 с. - ISBN 978-5-504-00620-8. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=140733>. - ЭБС «Университетская библиотека», по паролю.
4. Зароднюк, А.В. Создание нового товара и определение маркетинговых действий [Электронный ресурс]/ А.В. Зароднюк. - М. : Лаборатория книги, 2010. - 85 с. - ISBN 978–5–905825–41–5. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=96673>. -- ЭБС «Университетская библиотека», по паролю.
5. Каюмова, Р.Ф. Ассортиментная политика швейных предприятий : учебное пособие [Электронный ресурс]/ Р.Ф. Каюмова ; Министерство образования и науки РФ, Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего профессионального образования «Уфимский государственный университет экономики и сервиса». - Уфа : Уфимский государственный университет экономики и сервиса, 2013. - 80 с. : ил. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-88469-596-2. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=272454>. - ЭБС «Университетская библиотека», по паролю.
6. Котлер, Ф. Маркетинг от А до Я: 80 концепций, которые должен знать каждый менеджер [Электронный ресурс]/ Ф. Котлер ; под ред. М. Суханова ; пер. Т.В. Виноградова, А.А. Чех, Л.Л. Царук. - 3-е изд. - М. : Альпина Паблишер, 2011. - 213 с. - ISBN 978-5-9614-1645-9. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=279742>. - ЭБС «Университетская библиотека», по паролю.
7. Проектирование изделий легкой промышленности в САПР (САПР одежды): Учебное пособие / Г.И.Сурикова, О.В.Сурикова, В.Е.Кузьмичев и др. - М.: ИД ФОРУМ: НИЦ ИНФРА-М, 2013 - 336с.: 60х90 1/16. - (Высшее образование). (п) ISBN 978-5-8199-0546-3. – Режим доступа: <http://znanium.com/bookread2.php?book=404404>. - ЭБС: «Знаниум», по паролю.

8. Ткаченко, Н. В. Креативная реклама. Технологии проектирования [Электронный ресурс] : учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности «Реклама» / Н. В. Ткаченко, О. Н. Ткаченко; под ред. Л. М. Дмитриевой. - М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2012. - 335 с. - (Серия «Азбука рекламы»). - ISBN 978-5-238-01568-2. - Режим доступа: <http://znanium.com/bookread2.php?book=376898>. - ЭБС: «Знаниум», по паролю.
9. Управление инновационными процессами : учебник для образовательных организаций высшего образования [Электронный ресурс] / А.А. Харин, А.В. Рождественский, И.Л. Коленский, А.А. Харин. - М. ; Берлин : Директ-Медиа, 2016. - 471 с. : ил., схем., табл. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-4475-5545-0. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=435804>. - ЭБС «Университетская библиотека», по паролю.
10. Усова В.В. Рекламная и маркетинговая поддержка нового товара при выводе на российский рынок / Интернет-журнал \"Науковедение\", Вып. 2 (21), 2014. – Режим доступа: <http://znanium.com/bookread2.php?book=482294>. - ЭБС: «Знаниум», по паролю.
11. Хворостов Д.А. 3D Studio Max + V-Ray. Проектирование дизайна среды: Учебное пособие / Д.А. Хворостов. - М.: Форум: НИЦ ИНФРА-М, 2015. - 272 с.: 60х90 1/16. - (Высшее образование: Бакалавриат). (обложка) ISBN 978-5-91134-894-6. – Режим доступа: <http://znanium.com/bookread2.php?book=460461>. - ЭБС: «Знаниум», по паролю.

5.3 Периодические издания

- 1 Маркетинг и маркетинговые исследования.
- 2 Маркетинг.
- 3 Менеджмент в России и зарубежом.
- 4 Маркетинг услуг.
- 5 Маркетолог.
- 6 Российский журнал менеджмента.
7. Российское предпринимательство.
8. Маркетинг в России и зарубежом.

5.4 Интернет-ресурсы

- ГАРАНТ Платформа F1 [Электронный ресурс]: справочно-правовая система. / Разработчик ООО НПП «ГАРАНТ-Сервис», 119992, Москва, Воробьевы горы, МГУ, 2016. – Режим доступа в сети ОГУ для установки системы: \\fileserver1\GarantClient\garant.exe
- КонсультантПлюс [Электронный ресурс]: электронное периодическое издание справочная правовая система. / Разработчик ЗАО «Консультант Плюс», 2016. – Режим доступа к системе в сети ОГУ для установки системы: \\fileserver1\CONSULT\cons.exe
- <http://www.aup.ru> Административно-управленческий портал-публикации по экономике, финансам, менеджменту и маркетингу. Административно-Управленческий Портал представляет собой информационно-методический интернет-ресурс по вопросам экономики, финансов, менеджмента и маркетинга на предприятии. AUP.Ru создан в 1999 году как частный авторский интернет-проект Алексея Катаева, посвященный вопросам менеджмента и маркетинга и направленный на поддержание и качественное повышение профессионального уровня сотрудников Российских коммерческих предприятий. Поводом для создания стала очевидная нехватка в России практической информации по новым для Российской экономики дисциплинам, необходимой для качественного проведения работ и как следствие - крайне ограниченное количество действительно профессиональных топ-менеджеров и маркетологов. В настоящее время поддержкой и развитием портала занимается компания АУП-Консалтинг, основным направлением деятельности которой является оказание консалтинговых услуг в сфере интернет-маркетинга, электронной коммерции и маркетинговых исследований. Основу портала составляют несколько сотен электронных специализированных книг и десятки тысяч страниц необходимой для ежедневного ведения бизнеса деловой информации. Кроме того, междисциплинарный форум помогает посетителям обмениваться мнениями в прикладных вопросах для решения сложных бизнес-ситуаций.

- <http://www.cfin.ru> - «Корпоративный менеджмент» — это интернет-проект для всех, кто развивается самостоятельно и развивает бизнес. Материалы портала читают специалисты в области реальных инвестиций, представители консалтинговых фирм, экономических и плановых отделов, менеджеры и руководители, преподаватели высших учебных заведений и др. С 1998 года на портале собрана справочная и методическая информация, аналитика и практические примеры по управлению компаниями, инвестициям, оценке, финансам. Библиотека проекта - крупнейшее и старейшее собрание подобных публикаций в свободном доступе, тщательно отсортированных по тематическим рубрикам. Структура сайта подразумевает активное использование и недавно опубликованных статей, и материалов, хранящихся в архиве. Среди них - аналитические статьи ведущих консалтинговых компаний и корпораций, фрагменты и полные тексты книг, избранные публикации журналов, курсы лекций, бизнес-планы реальных предприятий, руководства, ссылки на другие источники информации. Это и обзоры существующих методик, практик применения тех или иных подходов, и комментарии и дополнения к общеизвестным бизнес-технологиям. Совместный Форум сайтов «Корпоративный менеджмент» и «Энциклопедия маркетинга» предназначен для профессиональных дискуссий по вопросам менеджмента, маркетинга, стратегий и др.

5.5 Программное обеспечение, профессиональные базы данных и информационные справочные системы современных информационных технологий

- 1) Операционная система Windows.
- 2) Программы пакета MS Office: MS Word, MS Excel, MS PowerPoint.
- 3) Программа «БЭСТ-Маркетинг».

6 Материально-техническое обеспечение дисциплины

- 1) компьютер;
- 2) проектор;
- 3) экран.

ЛИСТ
согласования рабочей программы

Направление подготовки: 38.03.06 Торговое дело

код и наименование

Профиль: Коммерция

Дисциплина: Б.1.В.ОД.5 Технология разработки проектирования концепции продукта

Форма обучения: очная

(очная, очно-заочная, заочная)

Год набора 2015

РЕКОМЕНДОВАНА заседанием кафедры

Кафедра маркетинга, коммерции и рекламы

наименование кафедры

протокол № 5 от "25" ноября 2015 г.

Ответственный исполнитель, заведующий кафедрой

Кафедра маркетинга, коммерции и рекламы

наименование кафедры

подпись

О.М. Калиева

расшифровка подписи

Исполнители:

Доцент

должность

подпись

И.Б. Береговая

расшифровка подписи

должность

подпись

расшифровка подписи

СОГЛАСОВАНО:

Председатель методической комиссии по направлению подготовки

38.03.06 Торговое дело

код наименование

личная подпись

О.М. Калиева

расшифровка подписи

Заведующий отделом комплектования научной библиотеки

Т.В. Истомина

расшифровка подписи

Начальник отдела информационных образовательных технологий ЦИТ

Е.В. Дырдина

расшифровка подписи

*Упомянутой
по качеству от ФЭУ* *Л.В. Лутникова*