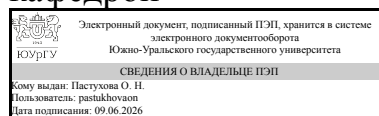


ЮЖНО-УРАЛЬСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

УТВЕРЖДАЮ:
Заведующий выпускающей
кафедрой



О. Н. Пастухова

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

дисциплины 1.Ф.П0.12.02 Управление разработкой и внедрением нового продукта
для направления 38.03.02 Менеджмент

уровень Бакалавриат

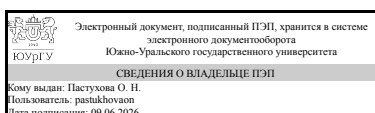
профиль подготовки Менеджмент в производстве и цифровой экономике

форма обучения очная

кафедра-разработчик Экономика, финансы и финансовое право

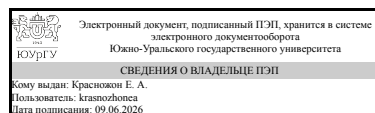
Рабочая программа составлена в соответствии с ФГОС ВО по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент, утверждённым приказом Минобрнауки от 12.08.2020 № 970

Зав.кафедрой разработчика,
К.ЭКОН.Н., доц.



О. Н. Пастухова

Разработчик программы,
старший преподаватель



Е. А. Красножон

1. Цели и задачи дисциплины

Целью учебной дисциплины «Управление разработкой и внедрением нового продукта» является: – формирование у студентов системных научных фундаментальных знаний в области управления разработкой и внедрением нового продукта; – приобретение студентами прикладных навыков разрабатывая и внедряя новый продукт; – применение на практике полученных знаний и умений в соответствии с международными требованиями к избранному виду деятельности. Задачами изучения дисциплины является получение знаний и навыков в следующих аспектах: - изучение современных концепций разработки и внедрения нового продукта; - рассмотрение этапов разработки и внедрения нового продукта на предприятии и на рынке; - ознакомление с инструментами и методами разработки и внедрения нового продукта; - получение теоретических и практических навыков разработки и внедрения нового продукта; - приобретение студентами теоретических знаний в области управления разработкой и внедрением нового продукта, как науки и искусства управления процессом создания, распределения и потребления товаров/услуг; - усвоение содержания основных принципов, понятий и категорий данной дисциплины; - изучение механизмов регулирования маркетинговой деятельности организации в условиях постоянно меняющейся конкурентной среды; - овладение студентами методологическими и функциональными основами управления в системе маркетинга; - формирование культуры экономического мышления, осознание социальной ответственности бизнеса, понимание этических аспектов управленческой деятельности; - разработка рекомендаций по применению полученных знаний в процессе прохождения всех видов практик, в процессе выполнения итоговой квалификационной работы с последующим их применением в профессиональной деятельности.

Краткое содержание дисциплины

Основные понятия управления разработкой и внедрением нового продукта. Планирование управления разработкой и внедрения нового продукта. Определение условий конкуренции. Разработка стратегии продукта. Стимулирование продаж.

2. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины

Планируемые результаты освоения ОП ВО (компетенции)	Планируемые результаты обучения по дисциплине
ПК-1 Способность обосновывать и выбирать бизнес-возможности реализации решения с точки зрения выбранных целевых показателей деятельности	Знает: теоретические основы и закономерности управления развитием нового продукта Умеет: разрабатывать маркетинговую политику организации по продвижению новой продукции на рынок; выбирать методы оценки конкурентоспособности новых продуктов Имеет практический опыт: определения емкости рынка нового продукта; разработки маркетингового комплекса в продвижении нового продукта; оценки рыночных рисков новых товаров; оценки конкурентоспособности новых продуктов
ПК-5 Владение разработкой, внедрением и	Знает: основные принципы внедрением и

совершенствованием системы маркетинговых коммуникаций в организации с использованием современных информационных и телекоммуникационных технологий	совершенствованием системы маркетинговых коммуникаций в организации с использованием современных информационных и телекоммуникационных технологий при разработки и внедрения нового продукта Умеет: оценивать рыночную ситуацию; адаптировать маркетинговые коммуникации в организации к использованию современных информационных и телекоммуникационных технологий при разработки и внедрения нового продукта Имеет практический опыт: управления, разработки и реализации товаров на предприятии с использованием современных информационных и телекоммуникационных технологий
---	--

3. Место дисциплины в структуре ОП ВО

Перечень предшествующих дисциплин, видов работ учебного плана	Перечень последующих дисциплин, видов работ
Стратегический менеджмент, Маркетинг, Методы принятия управленческих решений, Логистика и управление цепями поставок в бизнесе, Управление персоналом, Экономический анализ, Электронная коммерция и продвижение бизнеса в интернете, Практикум по виду профессиональной деятельности, Управление инновациями	Разработка и продвижение Интернет-сайта, Управление результативностью бизнеса, Производственная практика (преддипломная) (8 семестр)

Требования к «входным» знаниям, умениям, навыкам студента, необходимым при освоении данной дисциплины и приобретенным в результате освоения предшествующих дисциплин:

Дисциплина	Требования
Практикум по виду профессиональной деятельности	Знает: виды рисков организации, способы мониторинга предельно допустимого уровня риска, суть мероприятий и контрольных процедур по управлению рисками, процессы совершенствования системы маркетинговых коммуникаций в организации с использованием современных информационных и телекоммуникационных технологий, виды ресурсов и ограничений, основные методы оценки разных способов решения профессиональных задач с точки зрения выбранных целевых показателей деятельности; Умеет: идентифицировать, анализировать наиболее критичные риски организации, оценивать предельно допустимый уровень риска

	организации, осуществлять подготовку разработкой, внедрением и совершенствованием системы маркетинговых коммуникаций в организации с использованием современных информационных и телекоммуникационных технологий, формулировать в рамках поставленной цели бизнес-проекта перечень взаимосвязанных задач, обеспечивающих ее достижение, анализируя альтернативные варианты с точки зрения выбранных целевых показателей деятельности Имеет практический опыт: оценки эффективности воздействия на риск: выбор варианта или метода воздействия на риск, подготовка и внедрение планов воздействия на риск, управления процессами разработки, внедрения и совершенствования системы маркетинговых коммуникаций в организации с использованием современных информационных и телекоммуникационных технологий, определения ожидаемых результатов реализации бизнес-проектов и поиск оптимальных способов решения поставленных задач профессиональной деятельности с точки зрения выбранных целевых показателей деятельности
Управление инновациями	Знает: основные теоретико-методологические основы управления инновациями, методы и практические рекомендации по организации и целевому развитию групп для реализации конкретных задач инновационного проекта Умеет: сопоставлять разные источники информации с целью выявления их противоречий и поиска достоверных суждений в области вопросов управления инновациями, применять методы и модели формирования и функционального взаимодействия групп для реализации конкретных задач инновационного проекта Имеет практический опыт: анализа информации и выбора возможных вариантов решения поставленной задачи в области управления инновациями, оценки достоинств и недостатков инновационного решения , методами и средствами инновационного решения прикладных задач реализации проекта с учетом ограниченных ресурсов
Экономический анализ	Знает: аналитические процедуры анализа финансово-хозяйственной деятельности предприятия , систему показателей экономического анализа хозяйствующих субъектов; инструментарий и аналитические процедуры анализа финансово-хозяйственной деятельности предприятия Умеет: прогнозирования динамики основных производственно-экономических показателей с точки зрения выбора бизнес-возможностей, провести расчеты финансово-экономических и

	социально-экономических показателей, характеризующих деятельность хозяйствующих субъектов Имеет практический опыт: навыками разработки различных вариантов решения проблем финансово-хозяйственной деятельности предприятия, прогнозирования динамики основных производственно-экономических показателей деятельности предприятия; навыками выявления проблем на основе выполненного анализа финансово-хозяйственной деятельности предприятия и разработки различных вариантов их решения
Электронная коммерция и продвижение бизнеса в интернете	Знает: основы организации электронной торговли, продвижения бизнеса в интернете, предмет электронной коммерции, классификацию моделей электронного бизнеса, подходы к оценке их эффективности Умеет: собирать и анализировать информацию для создания сайт для организации электронной торговли, продвижения продукцию в сети Интернет, применять на практике инструменты интернет-маркетинга и продвижения в социальных сетях, составлять и анализировать бизнес-план для предприятия электронной коммерции Имеет практический опыт: создания и продвижения Интернет-сайта, SEO оптимизации сайта, продвижения в социальных сетях, создания контекстной рекламы, банерной и тизерной рекламы, организации партнерских отношений в сети Интернет, навыками организации коммерческой деятельности в сети Интернет, оценки эффективности предприятий электронной коммерции; о использования информационного обеспечения коммерческой, маркетинговой, логистической, рекламной и товароведной деятельности предприятий электронной коммерции
Маркетинг	Знает: основы принятия маркетинговых решений при оценки новые рыночные возможности, развития новых направлений деятельности и организаций; основы организации маркетинговой деятельности, комплекса маркетинга, основные этапы маркетинговых исследований , основы принятия маркетинговых решений в различных областях жизнедеятельности, в том числе в сфере маркетинговых коммуникаций в организации Умеет: оценивать, анализировать информацию при разработке бизнес-планов создания и развития новых направлений деятельности и организаций, анализировать маркетинговую информацию с использованием современного инструментария и интеллектуальных информационно-аналитических систем , использовать понятийный аппарат дисциплины, оценивать, анализировать информацию о

	совершенствованием системы маркетинговых коммуникаций в организации Имеет практический опыт: использования инструментов маркетинга при разработке бизнес-планов создания и развития новых направлений деятельности и организаций, описания конъюнктуры рынка; разработки маркетинговых моделей, планов, проведения маркетинговых исследований, использования инструментов маркетинга для принятия управленческих решений в целях разработки, внедрения и совершенствования системы маркетинговых коммуникаций в организации с использованием современных информационных и телекоммуникационных технологий
Методы принятия управленческих решений	Знает: принципы, способы и методы оценки рыночных и специфических рисков для принятия управленческих решений, методы принятия управленческих решений с целью совершенствования системы маркетинговых коммуникаций Умеет: оценивать риски, доходность и эффективность принимаемых управленческих, финансовых и инвестиционных решений, анализировать и оценивать критерии и ограничения при принятии управленческих решений с целью совершенствования системы маркетинговых коммуникаций в организации с использованием современных информационных и телекоммуникационных технологий Имеет практический опыт: навыками применения методов принятия решений в управлении операционной (производственной) деятельностью с учетом рисков, оценкой вероятности их наступления, принятия и оценки эффективности управленческих решений с целью совершенствования системы маркетинговых коммуникаций в организации с использованием современных информационных и телекоммуникационных технологий
Логистика и управление цепями поставок в бизнесе	Знает: рассчитывает потребности в ресурсах для каждого звена цепи поставок на основании прогноза спроса, основные положения концепции интегрированной логистики, и обозначает их сильные и слабые стороны Умеет: использовать план поставок и производства в цепи поставок для обнаружения узких мест при выполнении плана спроса, выбрать виды организационных структур служб логистики с указанием достоинств и недостатков Имеет практический опыт: оценки суммарной потребности в ограниченном ресурсе в цепи поставок, выбирать бизнес-возможности реализации решения в сфере логистических бизнес-процессов в цепи поставок
Управление персоналом	Знает: систему стратегического управления персоналом, варианты ее организационного

	оформления, состав функций по направлениям деятельности системы управления персоналом, основы эффективной презентации, самопрезентации, аспектов устной и письменной деловой речи, невербальных коммуникаций при управлении персоналом Умеет: определять факторы, оказывающие влияние на разработку стратегии управления персоналом., особенно при выборе новых бизнес-возможностей , создавать устные и письменные высказывания, учитывая коммуникативные качества речи при управлении персоналом Имеет практический опыт: применения методов SWOT-анализ, сравнительный анализ, экспертный метод; реализации стратегии управления персоналом, взаимосвязь с бизнес планированием, письменным и устным аргументированным изложением собственной точки зрения, ведения документооборота при управлении персоналом
Стратегический менеджмент	Знает: методологические основы стратегического управления организацией с целью внедрения и совершенствования системы маркетинговых коммуникаций в организации Умеет: планировать деятельность организации на основе методов стратегического анализа; разрабатывать стратегии, направленные на совершенствование системы маркетинговых коммуникаций в организации с использованием современных информационных и телекоммуникационных технологий Имеет практический опыт: реализации выбранной стратегии совершенствования системы маркетинговых коммуникаций в организации с использованием современных информационных и телекоммуникационных технологий

4. Объём и виды учебной работы

Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 з.е., 72 ч., 36,25 ч. контактной работы

Вид учебной работы	Всего часов	Распределение по семестрам в часах
		Номер семестра
		7
Общая трудоёмкость дисциплины	72	72
Аудиторные занятия:	32	32
Лекции (Л)	16	16
Практические занятия, семинары и (или) другие виды аудиторных занятий (ПЗ)	16	16
Лабораторные работы (ЛР)	0	0
Самостоятельная работа (СРС)	35,75	35,75

Подготовка зачету	17,75	17.75
Сбор, обработка, анализ и систематизация научно-практической информации, подготовка докладов по заданной тематике	8	8
Самостоятельное выполнение домашних заданий.	10	10
Консультации и промежуточная аттестация	4,25	4,25
Вид контроля (зачет, диф.зачет, экзамен)	-	зачет

5. Содержание дисциплины

№ раздела	Наименование разделов дисциплины	Объем аудиторных занятий по видам в часах			
		Всего	Л	ПЗ	ЛР
1	Основные понятия управления разработкой и внедрением нового продукта.	8	4	4	0
2	Определение условий конкуренции.	8	4	4	0
3	Разработка стратегии продукта.	8	4	4	0
4	Стимулирование продаж.	8	4	4	0

5.1. Лекции

№ лекции	№ раздела	Наименование или краткое содержание лекционного занятия	Кол-во часов
1-2	1	Основные понятия управления разработкой и внедрением нового продукта.	4
3-4	2	Определение условий конкуренции.	4
5-6	3	Разработка стратегии продукта.	4
7-8	4	Стимулирование продаж. Финансовый анализ – часть управления продуктом.	4

5.2. Практические занятия, семинары

№ занятия	№ раздела	Наименование или краткое содержание практического занятия, семинара	Кол-во часов
1-2	1	Основные понятия управления разработкой и внедрением нового продукта.	4
3-4	2	Определение условий конкуренции. Анализ категорий привлекательности продукта. Анализ конкурентов. Способы получения информации о конкурентах. Анализ потребителей. Прогнозирование потенциала рынка и объемов продаж.	4
5-6	3	Разработка стратегии продукта. Управление капиталом бренда. Принятие решений по ценообразованию и рекламе.	4
7-8	4	Стимулирование продаж. Финансовый анализ – часть управления продуктом.	4

5.3. Лабораторные работы

Не предусмотрены

5.4. Самостоятельная работа студента

Выполнение СРС			
Подвид СРС	Список литературы (с указанием	Семестр	Кол-

	разделов, глав, страниц) / ссылка на ресурс		во часов
Подготовка зачету	ЭУМД осн. лит 2 Тема 1 с.10-53, Тема 8 с. 146-148, Тема 9 с. 161-180, Тема 10 с.183-244 ЭУМД осн. лит 2 Тема ПУМД осн. лит. 1 -9, доп. лит. 1-4 ЭУМД осн. лит 2 Тема 1с.10-53, Тема 8 с. 146-148, Тема 9 с. 161-180, Тема 2 с. 57-71, тема 4 с. 101-110	7	17,75
Сбор, обработка, анализ и систематизация научно-практической информации, подготовка докладов по заданной тематике	ЭУМД осн. лит. 2 Тема1 с.10-53, Тема 8 с. 146-148, Тема 9 с. 161-180, Тема 10 с.183-244 ЭУМД осн. лит. 1 Тема 2 с. 31-417 ЭУМД доп. лит. 3 Глава 2 с.71-80, глава 3 с.86-112, глава 4 с. 121-130	7	8
Самостоятельное выполнение домашних заданий.	ЭУМД осн. лит. 2 Тема1 с.10-53, Тема 8 с. 146-148, Тема 9 с. 161-180, Тема 10 с.183-244 ЭУМД осн. лит. 1 Тема 2 с. 31-417 ЭУМД доп. лит. 3 Глава 2 с.71-80, глава 3 с.86-112, глава 4 с. 121-130	7	10

6. Фонд оценочных средств для проведения текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации

Контроль качества освоения образовательной программы осуществляется в соответствии с Положением о балльно-рейтинговой системе оценивания результатов учебной деятельности обучающихся.

6.1. Контрольные мероприятия (КМ)

№ КМ	Се-местр	Вид контроля	Название контрольного мероприятия	Вес	Макс. балл	Порядок начисления баллов	Учитывается в ПА
1	7	Текущий контроль	Собеседование	0,5	6	Собеседование осуществляется на последнем практическом занятии, посвященном данной теме. Студенту задаются 3 вопроса из списка контрольных вопросов. Время, отведенное на опрос -15 минут. Правильный ответ на вопрос соответствует 2 баллам. Частично правильный ответ соответствует 1 баллу. Неправильный ответ на вопрос соответствует 0 баллов. Максимальное количество баллов – 6.	зачет
2	7	Текущий контроль	Практические задания.	0,5	5	Решение практических заданий осуществляется на последнем занятии изучаемого раздела. На решение 1 задания отводится 0,5 часа. Каждому студенту дается по 2 задания. Правильное решение задания соответствует 3 баллам. Частично правильный ответ соответствует 1 баллу. Неправильный ответ на вопрос соответствует 0 баллов. Максимальное количество баллов – 6.	зачет

3	7	Текущий контроль	Контрольная работа 1	0,5	10	В процессе прохождения разделов курса предусмотрено выполнение контрольной работы. Для выполнения контрольной работы студенту необходимо: – изучить учебную, периодическую и другую литературу; – подобрать законодательные, статистические и практические материалы по выбранной теме; – провести критический анализ и сделать собственные обоснованные выводы по проблемам, рассматриваемым в выбранной теме. При оценке контрольной работы учитывается: содержание работы, её оформление, степень самостоятельности студента при выполнении работы, аргументированность его собственной позиции, теоретическую и практическую ценность основных положений, полученных выводов и рекомендаций, наличие иллюстрационного материала. Итоговая оценка формируется на основе оценки за качество выполнения контрольной работы. При оценивании результатов контрольной работы используется балльно-рейтинговая система оценивания результатов учебной деятельности обучающихся (утверждена приказом ректора от 24.05.2019 г. № 179 в редакции приказа ректора от 10.03.2022 г № 25-13/09). Показатель оценивания -качество выполненной контрольной работы: 10 баллов выставляется за работу, в которой полностью даны правильные ответы на поставленные условия задач. 8 баллов выставляется за работу, в которой полностью даны правильные ответы на поставленные условия задач с недостаточно глубокой трактовкой сделанных выводов по полученным результатам. 6 баллов выставляется за работу, в которой не на все условия задачи даны полностью правильные ответы, представлены необоснованные выводы. 2 балла выставляется за работу, в которой условия задачи не выполнены, выводы не сформулированы. 0 баллов выставляется за работу, содержание которой полностью не соответствует условиям задания и/ или не сдана на проверку.	зачет
4	7	Текущий контроль	Контрольная работа. Эссе	0,5	10	В процессе прохождения разделов курса предусмотрено выполнение контрольной работы. Для выполнения контрольной работы	зачет

					студенту необходимо: – изучить учебную, периодическую и другую литературу; – подобрать законодательные, статистические и практические материалы по выбранной теме; – провести критический анализ и сделать собственные обоснованные выводы по проблемам, рассматриваемым в выбранной теме. При оценке контрольной работы учитывается: содержание работы, её оформление, степень самостоятельности студента при выполнении работы, аргументированность его собственной позиции, теоретическую и практическую ценность основных положений, полученных выводов и рекомендаций, наличие иллюстрационного материала. Итоговая оценка формируется на основе оценки за качество выполнения контрольной работы. При оценивании результатов контрольной работы используется балльно-рейтинговая система оценивания результатов учебной деятельности обучающихся (утверждена приказом ректора от 24.05.2019 г. № 179 в редакции приказа ректора от 10.03.2022 г № 25-13/09). Показатель оценивания -качество выполненной контрольной работы: 10 баллов выставляется за работу, в которой полностью даны правильные ответы на поставленные условия задач. 8 баллов выставляется за работу, в которой полностью даны правильные ответы на поставленные условия задач с недостаточно глубокой трактовкой сделанных выводов по полученным результатам. 6 баллов выставляется за работу, в которой не на все условия задачи даны полностью правильные ответы, представлены необоснованные выводы. 2 балла выставляется за работу, в которой условия задачи не выполнены, выводы не сформулированы. 0 баллов выставляется за работу, содержание которой полностью не соответствует условиям задания и/ или не сдана на проверку.		
5	7	Промежуточная аттестация	Зачет	-	10	На зачете происходит оценивание учебной деятельности обучающихся. Рейтинг обучающегося по дисциплине определяется только по результатам текущего контроля. При условии выполнения всех мероприятий текущего контроля и достижении 60 % рейтинга обучающийся получает зачет. При желании повысить рейтинг за курс	зачет

						обучающийся на очном зачете устно опрашивается по билету, сформированному из вопросов, выносимых на зачет. Билет содержит два вопроса. Правильный ответ на вопрос соответствует 5 баллам. Неправильный ответ на вопрос соответствует 0 баллов. Максимальное количество баллов – 10.	
--	--	--	--	--	--	---	--

6.2. Процедура проведения, критерии оценивания

Вид промежуточной аттестации	Процедура проведения	Критерии оценивания
зачет	Студент вправе пройти контрольное мероприятие в рамках промежуточной аттестации (зачет) для улучшения своего рейтинга. Зачет проводится в соответствии с расписанием. На зачет отводится 20 минут. Преподаватель вправе задавать дополнительные вопросы в пределах выданного билета.	В соответствии с пп. 2.5, 2.6 Положения

6.3. Паспорт фонда оценочных средств

Компетенции	Результаты обучения	№ КМ				
		1	2	3	4	5
ПК-1	Знает: теоретические основы и закономерности управления развитием нового продукта	+			+	+
ПК-1	Умеет: разрабатывать маркетинговую политику организации по продвижению новой продукции на рынок; выбирать методы оценки конкурентоспособности новых продуктов			++		+
ПК-1	Имеет практический опыт: определения емкости рынка нового продукта; разработки маркетингового комплекса в продвижении нового продукта; оценки рыночных рисков новых товаров; оценки конкурентоспособности новых продуктов			++		+
ПК-5	Знает: основные принципы внедрением и совершенствованием системы маркетинговых коммуникаций в организации с использованием современных информационных и телекоммуникационных технологий при разработки и внедрения нового продукта	+				++
ПК-5	Умеет: оценивать рыночную ситуацию; адаптировать маркетинговые коммуникации в организации к использованию современных информационных и телекоммуникационных технологий при разработки и внедрения нового продукта			++		+
ПК-5	Имеет практический опыт: управления, разработки и реализации товаров на предприятии с использованием современных информационных и телекоммуникационных технологий			++		+

Типовые контрольные задания по каждому мероприятию находятся в приложениях.

7. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

Печатная учебно-методическая документация

а) основная литература:

Не предусмотрена

б) дополнительная литература:

Не предусмотрена

в) отечественные и зарубежные журналы по дисциплине, имеющиеся в библиотеке:

Не предусмотрены

г) методические указания для студентов по освоению дисциплины:

1. Методические рекомендации к практическим занятиям по разделу

2.

из них: учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студента:

1. Методические рекомендации к практическим занятиям по разделу

2.

Электронная учебно-методическая документация

№	Вид литературы	Наименование ресурса в электронной форме	Библиографическое описание
1	Основная литература	ЭБС IPR SMART	Маркетинговое управление разработкой продукта : учебное пособие / И. И. Скоробогатых, М. А. Солнцев, Ж. Б. Мусатова, П. Ю. Невоструев ; под редакцией И. И. Скоробогатых. — Москва : Дашков и К, 2022. — 176 с. — ISBN 978-5-394-04827-2. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/120722.html (дата обращения: 06.07.2023). — Режим доступа: для авторизир. пользователей
2	Основная литература	ЭБС IPR SMART	Ахмаева, Л. Г. Управление разработкой интернет-проектов : учебное пособие / Л. Г. Ахмаева, Д. В. Долгополов. — Москва : Ай Пи Ар Медиа, 2022. — 204 с. — ISBN 978-5-4497-1577-7. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/119066.html (дата обращения: 25.04.2024). — Режим доступа: для авторизир. пользователей
3	Дополнительная литература	ЭБС издательства Лань	Даева, Т. В. Управление разработкой и внедрением нового продукта : учебное пособие / Т. В. Даева, А. А. Карпова, О. А. Донскова. — Волгоград : Волгоградский ГАУ, 2016. — 132 с. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/100842 (дата обращения: 05.05.2025). — Режим доступа: для авториз. пользователей.
4	Методические пособия для самостоятельной работы студента	ЭБС издательства Лань	Бургат, В. В. Учебно-методическое пособие к выполнению курсового проекта по дисциплине «Управление разработкой и внедрением нового продукта» : учебно-методическое пособие / В. В. Бургат, О. М. Кирилук, Т. В. Цалко. — Омск : ОмГУПС, 2022. — 34 с. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/419207 (дата

		обращения: 05.05.2025). — Режим доступа: для авториз. пользователей.
--	--	--

Перечень используемого программного обеспечения:

1. Microsoft-Windows(бессрочно)
2. ABBYY-FineReader 8(бессрочно)

Перечень используемых профессиональных баз данных и информационных справочных систем:

1. -Информационные ресурсы ФГУ ФИПС(бессрочно)
2. -Консультант Плюс (Миасс)(31.12.2024)

8. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Вид занятий	№ ауд.	Основное оборудование, стенды, макеты, компьютерная техника, предустановленное программное обеспечение, используемое для различных видов занятий
Самостоятельная работа студента	213 (1)	Системный блок – 12 шт. Монитор – 12 шт. Доска – 1 шт. Стол студенческий – 4 шт. Стол для преподавателя - 1 шт. Стол для компьютера - 13 шт. Стул - 20 шт. Тумба под телевизор – 1 шт. Стеллаж под сумки – 1 шт. Жалюзи - 3 шт.
Зачет	105 (1)	Системный блок – 1 шт. Монитор – 1 шт. Колонки – 2 шт. Мультимедийный проектор – 1 шт. Экран – 1 шт. Парта 3-х местная - 8 шт. Парта 2-х местная - 17 шт. Стол для преподавателя - 1 шт. Стул - 2 шт. Доска - 1 шт. Жалюзи - 4 шт. Кафедра - 1 шт.
Практические занятия и семинары	214 (1)	Системный блок – 12 шт. Монитор – 12 шт. Доска – 1 шт. Стол студенческий – 4 шт. Стол для преподавателя - 1 шт. Стол для компьютера - 13 шт. Стул - 20 шт. Тумба под телевизор – 1 шт. Стеллаж под сумки – 1 шт. Жалюзи - 3 шт.
Лекции	105 (1)	Системный блок – 1 шт. Монитор – 1 шт. Колонки – 2 шт. Мультимедийный проектор – 1 шт. Экран – 1 шт. Парта 3-х местная - 8 шт. Парта 2-х местная - 17 шт. Стол для преподавателя - 1 шт. Стул - 2 шт. Доска - 1 шт. Жалюзи - 4 шт. Кафедра - 1 шт.