



Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования

САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ
АРХИТЕКТУРНО-СТРОИТЕЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

Кафедра Менеджмента в строительстве

УТВЕРЖДАЮ
Начальник учебно-методического управления

«31» октября 2024 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Управление ИТ-продуктом

направление подготовки/специальность 38.03.05 Бизнес-информатика

направленность (профиль)/специализация образовательной программы Бизнес-аналитика

Форма обучения очная

Санкт-Петербург, 2024

1. Цели и задачи освоения дисциплины (модуля)

Цели дисциплины:

формирование теоретических знаний и практических навыков в области маркетинга, формирования и управления товарной политикой.

Задачи дисциплины:

формирование профессиональной компетенции в области:

- теории и практики управления продуктом в маркетинговой деятельности организаций, формирования потребительских предпочтений;
- разработки новых товарных предложений;
- сформировать навыки по всем значимым элементам товара: ассортимент товара, товарная категория, оценка стратегии товара на различных этапах жизненного цикла, формированию товарного портфеля; марочная стратегия и товарный знак; архитектуре, атрибутам и идентичности бренда.

2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с индикаторами достижения компетенций

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине, обеспечивающие достижение планируемых результатов освоения ОПОП
ПК-3 Способен разрабатывать, согласовывать и контролировать выполнение бизнес-планов создания и (или) развития серии ИТ-продуктов	ПК-3.1 Разрабатывает стратегию создания и (или) развития серии ИТ-продуктов	знает Основы разработки ИТ-продуктов умеет Разрабатывать стратегию создания ИТ-продуктов владеет аналитическими инструментами и методами для оценки внешней среды и внутренних ресурсов, а также системами для управления проектами
ПК-3 Способен разрабатывать, согласовывать и контролировать выполнение бизнес-планов создания и (или) развития серии ИТ-продуктов	ПК-3.2 Разрабатывает бизнес-план создания и (или) развития серии ИТ-продуктов	знает Основы бизнес-планирования умеет Собирать и анализировать информацию, разрабатывать стратегию ИТ-продукта владеет Инструментами бизнес-анализа
ПК-3 Способен разрабатывать, согласовывать и контролировать выполнение бизнес-планов создания и (или) развития серии ИТ-продуктов	ПК-3.3 Осуществляет контроль реализации бизнес-плана создания и (или) развития серии ИТ-продуктов в рамках разработанной стратегии	знает Структуру и элементы бизнес-плана; методы контроля и мониторинга умеет Анализировать и интерпретировать данные, проводить контроль выполнения плана владеет Навыками проектного управления

3. Указание места дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы

Данная дисциплина (модуль) включена в Блок «Дисциплины, модули» Б1.В.09 основной профессиональной образовательной программы 38.03.05 Бизнес-информатика и относится к части, формируемой участниками образовательных отношений учебного плана.

№ п/п	Предшествующие дисциплины	Код и наименование индикатора достижения компетенции
1	Маркетинг	ПК-5.1, ПК-5.2, ПК-5.3

2	Стратегический менеджмент	ПК-2.1, ПК-2.2
3	Хозяйственное право	ОПК-1.3, ОПК-2.2, ОПК-5.3
4	Методы и модели теории управления	ПК-2.1, ПК-2.4, ПК-1.1
5	Статистика	ОПК-1.2, ОПК-4.1, ОПК-4.3
6	Экономика организации (предприятия)	ОПК-1.2, ОПК-4.3
7	Правоведение	УК-2.2, УК-11.1, УК-11.2, УК-11.3
8	Экономическая теория	УК-10.1, ОПК-1.2, ОПК-2.1
9	Социальное взаимодействие	УК-3.1, УК-3.2, УК-3.3, УК-3.4, УК-3.5, УК-3.6, УК-6.1, УК-6.2, УК-6.3, УК-6.4, УК-6.5, УК-9.1, УК-9.2, УК-9.3

Для изучения дисциплины обучающиеся должны обладать знаниями, умениями и навыками, полученными при изучении следующих дисциплин:

Маркетинг, Стратегический менеджмент, Хозяйственное право, Методы и модели теории управления, Статистика, Экономика организации (предприятия), Правоведение, Экономическая теория, Социальное взаимодействие

№ п/п	Последующие дисциплины	Код и наименование индикатора достижения компетенции
1	Цифровой маркетинг	ПК-5.1, ПК-5.2, ПК-5.3, ПК(Ц)-1.1, ПК(Ц)-1.2
2	Научно-исследовательская работа	УК-4.1, УК-4.3, ОПК-6.1, ОПК-6.2
3	Проектная практика	ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-2.1, ПК-2.3, ПК-2.4, ПК-3.1, ПК-3.2, ПК-3.3, ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-5.1, ПК-5.3

4. Объем дисциплины (модуля) в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся

Вид учебной работы	Всего часов	Из них часы на практическую подготовку	Семестр
			6
Контактная работа	48		48
Лекционные занятия (Лек)	16	0	16
Практические занятия (Пр)	32	16	32
Иная контактная работа, в том числе:	0,25		0,25
консультации по курсовой работе (проекту), контрольным работам (РГР)			
контактная работа на аттестацию (сдача зачета, зачета с оценкой; защита курсовой работы (проекта); сдача контрольных работ (РГР))			
контактная работа на аттестацию в сессию (консультация перед экзаменом и сдача	0,25		0,25
Часы на контроль	8,75		8,75
Самостоятельная работа (СР)	51		51
Общая трудоемкость дисциплины (модуля)			
часы:	108		108
зачетные единицы:	3		3

5. Содержание дисциплины (модуля), структурированное по разделам (темам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий

5.1. Тематический план дисциплины (модуля)

№	Разделы дисциплины	Семестр	Контактная работа (по учебным занятиям), час.						СР	Всего, час.	Код индикатора достижения компетенции
			лекции		ПЗ		ЛР				
			всего	из них на практическую подготовку	всего	из них на практическую подготовку	всего	из них на практическую подготовку			
1.	1 раздел. Теоретические аспекты управления продуктовой политикой организации										
1.1.	Введение в дисциплину.	6	1		2			2	5	ПК-3.1, ПК-3.2, ПК-3.3	
1.2.	Управление качеством и конкурентоспособностью товара.	6	2		4	4		10	16	ПК-3.1, ПК-3.2, ПК-3.3	
1.3.	Управление разработкой нового товара.	6	1		2			2	5	ПК-3.1, ПК-3.2, ПК-3.3	
1.4.	Управление торговой маркой	6	1		2			2	5	ПК-3.1, ПК-3.2, ПК-3.3	
2.	2 раздел. Анализ рынков ИТ-товаров. Оценка спроса и предложения.										
2.1.	Конъюнктура ИТ-рынка и жизненный цикл ИТ-товара.	6	1		2			10	13	ПК-3.1, ПК-3.2, ПК-3.3	
2.2.	Конкуренция на ИТ-рынке.	6	2		4	4		9	15	ПК-3.1, ПК-3.2, ПК-3.3	
2.3.	Продажи ИТ-продукта	6	2		4	2		2	8	ПК-3.1, ПК-3.2, ПК-3.3	
2.4.	Сегментация ИТ-рынка.	6	1		2	2		6	9	ПК-3.1, ПК-3.2, ПК-3.3	
3.	3 раздел. Управление продуктовой политикой ИТ-организации										
3.1.	Стратегии ИТ-продукта.	6	1		2	2		2	5	ПК-3.1, ПК-3.2, ПК-3.3	
3.2.	Марочная политика ИТ-компаний.	6	1		2			2	5	ПК-3.1, ПК-3.2, ПК-3.3	

3.3.	Планирование ИТ-товара в маркетинге.	6	2		4				2	8	ПК-3.1, ПК-3.2, ПК-3.3
3.4.	Анализ продаж ИТ-продукта и управление им.	6	1		2	2			2	5	ПК-3.1, ПК-3.2, ПК-3.3
4.	4 раздел. Контроль										
4.1.	Зачет с оценкой	6								9	ПК-3.1, ПК-3.2, ПК-3.3

5.1. Лекции

№ разд	Наименование раздела и темы лекций	Наименование и краткое содержание лекций									
1	Введение в дисциплину.	Введение в дисциплину. Продуктовая политика фирмы: основные определения, цели, задачи. Факторы внешнего окружения организации, влияющие на управление продуктовой политикой компании. Управление товарной (продуктовой) категорией. Определение товара в системе маркетинга. Продукт как продуктовый комплекс (мультиатрибутивная модель продукта). Классификация товаров и особенности управления ими. Классификация услуг и особенности управления ими.									
2	Управление качеством и конкурентоспособностью товара.	Управление качеством и конкурентоспособностью товара. Потребительское и технологическое качество товара. Рациональные и эмоциональные свойства. Стандарты качества. Классификационные стандарты. Качество и конкурентоспособность продукта. Показатели конкурентоспособности продукта. Методики расчета показателей конкурентоспособности продукта.									
3	Управление разработкой нового товара.	Управление разработкой нового товара. Инновации и разработка новых товаров. Факторы успеха нового товара. Организация процесса разработки нового товара. Генерирование идей новых товаров. Разработка концепции нового товара. Бизнес-анализ и разработка управленческих программ по внедрению товаров-новинок. Процесс принятия товара потребителями.									
4	Управление торговой маркой	Управление торговой маркой Понятие, элементы, функции торговой марки. Виды товарных марок. Управление отдельными торговыми марками. Управление ассортиментом марочных товаров.									
5	Конъюнктура ИТ-рынка и жизненный цикл ИТ-товара.	Конъюнктура ИТ-рынка и жизненный цикл ИТ-товара. Жизненный цикл ИТ-товара. Анализ жизненного цикла товарной категории, разновидности ИТ-товара. Основные разновидности кривых жизненного цикла ИТ-товара. Маркетинговые стратегии на различных этапах жизненного цикла ИТ-товара.									
6	Конкуренция на ИТ-рынке.	Конкуренция на ИТ-рынке. Изучение условий конкуренции на ИТ-рынке. Виды и модели конкуренции. Выявление значимых конкурентов. Формирование конкурентного преимущества. Ключевые и критические факторы успеха. Определение потенциала ИТ-рынка. Методы оценки потенциала ИТ-рынка. Основные методы прогнозирования продаж.									
7	Продажи ИТ-продукта	Продажи ИТ-продукта									

		<p>Анализ продаж ИТ-продукта. Характеристика спроса, его оценки в натуральном и денежном выражении. Определение необходимого объема продаж.</p> <p>Программы повышения лояльности как современный инструмент повышения продаж.</p> <p>Распределение и продвижение ИТ-продукта на рынок. Виды каналов распределения. Значение электронных каналов.</p>
8	Сегментация ИТ-рынка.	<p>Сегментация ИТ-рынка.</p> <p>Сегментация ИТ-рынка: цель и механизм осуществления. Принципы, цели и задачи рыночной сегментации. Учет специфики ИТ-товара при проведении сегментации рынка. Ее основные критерии: географические, социально-экономические, этнографические и др.</p> <p>Мотивационный анализ в сегментации ИТ-рынка.</p>
9	Стратегии ИТ-продукта.	<p>Стратегии ИТ-продукта.</p> <p>Стратегии ИТ-продукта и ее основные элементы. Виды и условия применения. Позиционирование и перепозиционирование ИТ-продукта. Вывод новых ИТ-продуктов на рынок.</p>
10	Марочная политика ИТ-компании.	<p>Марочная политика ИТ-компании</p> <p>Роль бренда при формировании продуктовой политики. Виды марочных стратегий. Глобальная марочная стратегия. Марочные стратегии в контексте слияний и поглощений. Формирование коммерческого предложения.</p>
11	Планирование ИТ-товара в маркетинге.	<p>Планирование ИТ-товара в маркетинге.</p> <p>Основные этапы планирования. Анализ наиболее часто допускаемых ошибок в процессе планирования. План маркетинга и его основные составляющие.</p>
12	Анализ продаж ИТ-продукта и управление им.	<p>Анализ продаж ИТ-продукта и управление им.</p> <p>Матрица БКГ и матрица Ансоффа.</p> <p>ABC-анализ классический и совмещенный анализ ABC-XYZ. Модели MacKinsey, GE и Shell Chemical Company. Расчет себестоимости, рентабельности и финансовых результатов.</p>

5.2. Практические занятия

№ разд	Наименование раздела и темы практических занятий	Наименование и содержание практических занятий
1	Введение в дисциплину.	<p>Введение в дисциплину.</p> <p>Продуктовая политика фирмы: основные определения, цели, задачи.</p> <p>Факторы внешнего окружения организации, влияющие на управление продуктовой политикой компании. Управление товарной (продуктовой) категорией. Определение товара в системе маркетинга.</p> <p>Продукт как продуктовый комплекс (мультиатрибутивная модель продукта). Классификация товаров и особенности управления ими.</p> <p>Классификация услуг и особенности управления ими.</p>
2	Управление качеством и конкурентоспособностью товара.	<p>Управление качеством и конкурентоспособностью товара.</p> <p>Потребительское и технологическое качество товара. Рациональные и эмоциональные свойства. Стандарты качества. Классификационные стандарты.</p> <p>Качество и конкурентоспособность продукта. Показатели конкурентоспособности продукта. Методики расчета показателей конкурентоспособности продукта.</p>

3	Управление разработкой нового товара.	Управление разработкой нового товара. Инновации и разработка новых товаров. Факторы успеха нового товара. Организация процесса разработки нового товара. Генерирование идей новых товаров. Разработка концепции нового товара. Бизнес-анализ и разработка управленческих программ по внедрению товаров-новинок. Процесс принятия товара потребителями.
4	Управление торговой маркой	Управление торговой маркой Понятие, элементы, функции торговой марки. Виды товарных марок. Управление отдельными торговыми марками. Управление ассортиментом марочных товаров.
5	Конъюнктура ИТ-рынка и жизненный цикл ИТ-товара.	Конъюнктура ИТ-рынка и жизненный цикл ИТ-товара. Жизненный цикл ИТ-товара. Анализ жизненного цикла товарной категории, разновидности ИТ-товара. Основные разновидности кривых жизненного цикла ИТ-товара. Маркетинговые стратегии на различных этапах жизненного цикла ИТ-товара.
6	Конкуренция на ИТ-рынке.	Конкуренция на ИТ-рынке. Изучение условий конкуренции на ИТ-рынке. Виды и модели конкуренции. Выявление значимых конкурентов. Формирование конкурентного преимущества. Ключевые и критические факторы успеха. Определение потенциала ИТ-рынка. Методы оценки потенциала ИТ-рынка. Основные методы прогнозирования продаж.
7	Продажи ИТ-продукта	Продажи ИТ-продукта Анализ продаж ИТ-продукта. Характеристика спроса, его оценки в натуральном и денежном выражении. Определение необходимого объема продаж. Программы повышения лояльности как современный инструмент повышения продаж. Распределение и продвижение ИТ-продукта на рынок. Виды каналов распределения. Значение электронных каналов.
8	Сегментация ИТ-рынка.	Сегментация ИТ-рынка. Сегментация ИТ-рынка: цель и механизм осуществления. Принципы, цели и задачи рыночной сегментации. Учет специфики ИТ-товара при проведении сегментации рынка. Ее основные критерии: географические, социально-экономические, этнографические и др. Мотивационный анализ в сегментации ИТ-рынка.
9	Стратегии ИТ-продукта.	Стратегии ИТ-продукта. Стратегии ИТ-продукта и ее основные элементы. Виды и условия применения. Позиционирование и перепозиционирование ИТ-продукта. Вывод новых ИТ-продуктов на рынок.
10	Марочная политика ИТ-компании.	Марочная политика ИТ-компании Роль бренда при формировании продуктовой политики. Виды марочных стратегий. Глобальная марочная стратегия. Марочные стратегии в контексте слияний и поглощений. Формирование коммерческого предложения.
11	Планирование ИТ-товара в маркетинге.	Планирование ИТ-товара в маркетинге. Основные этапы планирования. Анализ наиболее часто допускаемых ошибок в процессе планирования. План маркетинга и его основные составляющие.
12	Анализ продаж ИТ-	Анализ продаж ИТ-продукта и управление им.

	продукта и управление им.	Матрица БКГ и матрица Ансоффа. ABC-анализ классический и совмещенный анализ ABC-XYZ. Модели MacKinsey, GE и Shell Chemical Company. Расчет себестоимости, рентабельности и финансовых результатов.
--	---------------------------	---

5.3. Самостоятельная работа обучающихся

№ разд	Наименование раздела дисциплины и темы	Содержание самостоятельной работы
1	Введение в дисциплину.	Введение в дисциплину. Продуктовая политика фирмы: основные определения, цели, задачи. Факторы внешнего окружения организации, влияющие на управление продуктовой политикой компании. Управление товарной (продуктовой) категорией. Определение товара в системе маркетинга. Продукт как продуктовый комплекс (мультиатрибутивная модель продукта). Классификация товаров и особенности управления ими. Классификация услуг и особенности управления ими.
2	Управление качеством и конкурентоспособностью товара.	Управление качеством и конкурентоспособностью товара. Потребительское и технологическое качество товара. Рациональные и эмоциональные свойства. Стандарты качества. Классификационные стандарты. Качество и конкурентоспособность продукта. Показатели конкурентоспособности продукта. Методики расчета показателей конкурентоспособности продукта.
3	Управление разработкой нового товара.	Управление разработкой нового товара. Инновации и разработка новых товаров. Факторы успеха нового товара. Организация процесса разработки нового товара. Генерирование идей новых товаров. Разработка концепции нового товара. Бизнес-анализ и разработка управленческих программ по внедрению товаров-новинок. Процесс принятия товара потребителями.
4	Управление торговой маркой	Управление торговой маркой Понятие, элементы, функции торговой марки. Виды товарных марок. Управление отдельными торговыми марками. Управление ассортиментом марочных товаров.
5	Конъюнктура ИТ-рынка и жизненный цикл ИТ-товара.	Конъюнктура ИТ-рынка и жизненный цикл ИТ-товара. Жизненный цикл ИТ-товара. Анализ жизненного цикла товарной категории, разновидности ИТ-товара. Основные разновидности кривых жизненного цикла ИТ-товара. Маркетинговые стратегии на различных этапах жизненного цикла ИТ-товара.
6	Конкуренция на ИТ-рынке.	Конкуренция на ИТ-рынке. Изучение условий конкуренции на ИТ-рынке. Виды и модели конкуренции. Выявление значимых конкурентов. Формирование конкурентного преимущества. Ключевые и критические факторы успеха. Определение потенциала ИТ-рынка. Методы оценки потенциала ИТ-рынка. Основные методы прогнозирования продаж.
7	Продажи ИТ-продукта	Продажи ИТ-продукта Анализ продаж ИТ-продукта. Характеристика спроса, его оценки в натуральном и денежном выражении. Определение необходимого объема продаж. Программы повышения лояльности как современный инструмент повышения продаж. Распределение и продвижение ИТ-продукта на рынок. Виды каналов

		распределения. Значение электронных каналов.
8	Сегментация ИТ-рынка.	Сегментация ИТ-рынка. Сегментация ИТ-рынка: цель и механизм осуществления. Принципы, цели и задачи рыночной сегментации. Учет специфики ИТ-товара при проведении сегментации рынка. Ее основные критерии: географические, социально-экономические, этнографические и др. Мотивационный анализ в сегментации ИТ-рынка.
9	Стратегии ИТ-продукта.	Стратегии ИТ-продукта. Стратегии ИТ-продукта и ее основные элементы. Виды и условия применения. Позиционирование и перепозиционирование ИТ-продукта. Вывод новых ИТ-продуктов на рынок.
10	Марочная политика ИТ-компании.	Марочная политика ИТ-компании Роль бренда при формировании продуктовой политики. Виды марочных стратегий. Глобальная марочная стратегия. Марочные стратегии в контексте слияний и поглощений. Формирование коммерческого предложения.
11	Планирование ИТ-товара в маркетинге.	Планирование ИТ-товара в маркетинге. Основные этапы планирования. Анализ наиболее часто допускаемых ошибок в процессе планирования. План маркетинга и его основные составляющие.
12	Анализ продаж ИТ-продукта и управление им.	Анализ продаж ИТ-продукта и управление им. Матрица БКГ и матрица Ансоффа. АВС-анализ классический и совмещенный анализ АВС-XYZ. Модели MacKinsey, GE и Shell Chemical Company. Расчет себестоимости, рентабельности и финансовых результатов.

6. Методические материалы для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)

Программой дисциплины предусмотрено проведение лекционных занятий, на которых дается основной систематизированный материал, и практических занятий, предполагающих закрепление изученного материала и формирование у обучающихся необходимых знаний, умений и навыков.

Кроме того, важнейшим этапом изучения дисциплины является самостоятельная работа обучающихся с использованием всех средств и возможностей современных образовательных технологий. В объем самостоятельной работы по дисциплине включается следующее:

- изучение теоретических вопросов по всем темам дисциплины;
- подготовка к практическим занятиям;
- подготовка к зачету с оценкой (дифференцированному зачету).

Залогом успешного освоения этой дисциплины является обязательное посещение всех видов занятий, так как пропуск одного (тем более, нескольких) занятий может осложнить освоение разделов курса. На практических занятиях материал, изложенный на лекциях, закрепляется выполнением индивидуальных заданий, примеры которых приведены в РПД, решением тестов, участием в дискуссиях по предметной области.

Приступая к изучению дисциплины, необходимо в первую очередь ознакомиться содержанием РПД, а также методическими указаниями по организации самостоятельной работы студентов и подготовке к практическим занятиям.

При подготовке к практическим занятиям и в рамках самостоятельной работы по изучению дисциплины обучающимся необходимо:

- повторить законспектированный на лекционном занятии материал и дополнить его с учетом рекомендованной по данной теме литературы;
- при самостоятельном изучении теоретической темы сделать конспект, используя рекомендованные в РПД источники;
- выполнить практические задания в рамках изучаемой темы;
- подготовиться к промежуточной аттестации.

Итогом изучения дисциплины является зачет с оценкой (дифференцированный зачет), который проводится по завершении изучения курса. Для получения оценки обучающийся должен выполнить практические задания и пройти итоговое тестирование. Дифференцированная оценка ставится по результатам выполнения компьютерного тестирования.

Студенты, не прошедшие аттестацию по графику сессии, должны ликвидировать задолженность в установленном порядке. Для этого необходимо подготовиться по теоретическим вопросам, ликвидировать задолженность по практическим занятиям и пройти тест, который создается специально для ликвидации задолженности.

7. Оценочные материалы для проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

7.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения дисциплины

№ п/п	Контролируемые разделы дисциплины (модуля)	Код и наименование индикатора контролируемой компетенции	Вид оценочного средства
1	Введение в дисциплину.	ПК-3.1, ПК-3.2, ПК-3.3	Эссе
2	Управление качеством и конкурентоспособностью товара.	ПК-3.1, ПК-3.2, ПК-3.3	Тест, практическое задание
3	Управление разработкой нового товара.	ПК-3.1, ПК-3.2, ПК-3.3	Тест, практические задания
4	Управление торговой маркой	ПК-3.1, ПК-3.2, ПК-3.3	Тест, практическое задание
5	Конъюнктура ИТ-рынка и жизненный цикл ИТ-товара.	ПК-3.1, ПК-3.2, ПК-3.3	Тесты, практические задания
6	Конкуренция на ИТ-рынке.	ПК-3.1, ПК-3.2, ПК-3.3	Тест, практическое

			занятие
7	Продажи ИТ-продукта	ПК-3.1, ПК-3.2, ПК-3.3	Тест, практическое задание
8	Сегментация ИТ-рынка.	ПК-3.1, ПК-3.2, ПК-3.3	Тесты, практические задания
9	Стратегии ИТ-продукта.	ПК-3.1, ПК-3.2, ПК-3.3	Тесты, практические задания
10	Марочная политика ИТ-компании.	ПК-3.1, ПК-3.2, ПК-3.3	Тесты, практические задания.
11	Планирование ИТ-товара в маркетинге.	ПК-3.1, ПК-3.2, ПК-3.3	Тесты, практические задания.
12	Анализ продаж ИТ-продукта и управление им.	ПК-3.1, ПК-3.2, ПК-3.3	Тест, практические задания
13	Зачет с оценкой	ПК-3.1, ПК-3.2, ПК-3.3	

7.2. Типовые контрольные задания или иные материалы текущего контроля успеваемости, необходимые для оценки знаний, умений и навыков и (или) опыта профессиональной деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения дисциплины

Тестовые вопросы (для проверки сформированности индикатора достижения компетенции ПК-3.1, ПК-3.2, ПК-3.3)

1. Что такое WBS?

- a. Структура разделения работ;
- b. Система управления рисками;
- c. Методология управления проектами;
- d. Программа управления качеством

2. Каковы основные риски в управлении ИТ-продуктами?

- a. Риски, связанные с техническими проблемами;
- b. Риски, связанные с управлением персоналом;
- c. Риски, связанные с изменением требований;
- d. Все перечисленные выше риски.

3. Что такое MVP?

- a. Минимально жизнеспособный продукт;
- b. Максимально выгодный продукт;
- c. Минимально возможный проект;
- d. Максимально возможный проект.

4. Каковы основные принципы Scrum?

- a. Прозрачность, проверка, адаптация;
- b. Инициация, планирование, выполнение, контроль, завершение;
- c. Управление качеством, управление рисками, управление временем;
- d. Инициация, выполнение, контроль, завершение

5. Что такое роли в Scrum?

- a. Product Owner, Scrum Master, команда разработки;
- b. Инициатор, планировщик, исполнитель;
- c. Управляющий, менеджер проекта, исполнитель;
- d. Аналитик, технический писатель, разработчик.

6. Что такое Product Backlog?

- a. Список требований к приложению, отсортированных по приоритету;
- b. Список задач, которые команда разработки должна выполнить в

рамках одного Sprint;

- c. Список технических заданий для разработки приложения;
- d. Список проблем, которые пользователи приложения могут столкнуться в процессе использования.

7. Какие факторы могут оказывать влияние на успех информационного проекта?

- a. Размер и сложность проекта
- b. Уровень финансирования
- c. Задержки в реализации проекта
- d. Все вышеперечисленные факторы

8. К наиболее известным в настоящее время международным стандартам относятся:

- 1. Project Management Body of Knowledge (PMBOK); 2. IPMA Competence Baseline (ICB); 3.

Стандарт ISO 10006.

К какому из перечисленных стандартов относится приведенное ниже описание?

Основной упор сделан на принцип эффективности проектирования оптимального процесса и контроля этого процесса, а не на контроле конечного результата. В этой серии стандартов процессы сгруппированы в две категории. К первой категории отнесены процессы, связанные с обеспечением продукта проекта (проектирование, производство, проверка). Вторая категория охватывает непосредственно процессы управления проектом.

9. Что дает ИТ-стратегия для основной деятельности компании (ответов может быть несколько)?

- 1. Повышение экономической эффективности;
- 2. Сохранение конкурентного преимущества;
- 3. Совершенствование системы управления;
- 4. Переход к сквозному компьютерному сопровождению всех этапов жизненного цикла выпускаемых продуктов и услуг;
- 5. Целенаправленное планирование и внедрение ИТ;
- 6. Снижение ТСО (закупки, разработки, внедрение, обучение, сопровождение);
- 7. Сокращение сроков внедрения новых ИТ;
- 8. Повышение уровня интеграции систем;
- 9. Повышение отдачи от инвестиций в ИТ;
- 10. Возможность быстро и экономично расширять ИТ-инфраструктуру в будущем.

10. Какие характеристики можно НЕ учитывать при разработке ИТ-стратегии:

- 1. Масштаб бизнеса и основные направления деятельности;
- 2. Общие тенденции на рынке;
- 3. Организационная структура;
- 4. Планы развития;
- 5. Проблемы высшего руководства

Пример проверочной работы. «Описание объектов, используемых для документирования архитектуры организации» (для проверки сформированности индикатора достижения компетенции ПК-3.1, ПК-3.2, ПК-3.3)

Цель работы: описание объектов, используемых для документирования архитектуры выбранной организации.

Задание:

- 1. Системная архитектура. Описание элементов системной архитектуры.
 - архитектура информации;
 - архитектура приложений;
 - технологическая архитектура.
- 2. Понятие архитектуры информации.
- 3. Основные модели описания архитектуры информации.
- 4. Уровни абстракции анализа моделей информации

Примерные темы эссе (для проверки сформированности индикатора достижения компетенции ПК-3.1, ПК-3.2, ПК-3.3):

1. Роль архитектуры инфраструктуры в ИТ-архитектуре.
2. Управление ИТ-услугами.
3. Цели службы Service Desk.
4. Достоинства и недостатки эталонной модели управления ИТ-услугами Hewlett-Packard.
5. Основные процессы ITSM и их взаимосвязь.
6. Структура ИТ-стратегии предприятия и связь ее с бизнес-стратегией.

7.3. Система оценивания результатов обучения по дисциплине (модулю) при проведении текущего контроля успеваемости

<p>Оценка «отлично» (зачтено)</p>	<p>знания:</p> <ul style="list-style-type: none">- систематизированные, глубокие и полные знания по всем разделам дисциплины, а также по основным вопросам, выходящим за пределы учебной программы;- точное использование научной терминологии, систематически грамотное и логически правильное изложение ответа на вопросы;- полное и глубокое усвоение основной и дополнительной литературы, рекомендованной рабочей программой по дисциплине (модулю) <p>умения:</p> <ul style="list-style-type: none">- умеет ориентироваться в теориях, концепциях и направлениях дисциплины и давать им критическую оценку, используя научные достижения других дисциплин <p>навыки:</p> <ul style="list-style-type: none">- высокий уровень сформированности заявленных в рабочей программе компетенций;- владеет навыками самостоятельно и творчески решать сложные проблемы и нестандартные ситуации;- применяет теоретические знания для выбора методики выполнения заданий;- грамотно обосновывает ход решения задач;- безупречно владеет инструментарием учебной дисциплины, умение его эффективно использовать в постановке научных и практических задач;- творческая самостоятельная работа на практических/семинарских/лабораторных занятиях, активно участвует в групповых обсуждениях, высокий уровень культуры исполнения заданий
---------------------------------------	--

<p>Оценка «хорошо» (зачтено)</p>	<p>знания: - достаточно полные и систематизированные знания по дисциплине; - усвоение основной и дополнительной литературы, рекомендованной рабочей программой по дисциплине (модулю)</p> <p>умения: - умеет ориентироваться в основных теориях, концепциях и направлениях дисциплины и давать им критическую оценку; - использует научную терминологию, лингвистически и логически правильно излагает ответы на вопросы, умеет делать обоснованные выводы; - владеет инструментарием по дисциплине, умение его использовать в постановке и решении научных и профессиональных задач</p> <p>навыки: - самостоятельная работа на практических занятиях, участие в групповых обсуждениях, высокий уровень культуры исполнения заданий; - средний уровень сформированности заявленных в рабочей программе компетенций; - без затруднений выбирает стандартную методику выполнения заданий; - обосновывает ход решения задач без затруднений</p>
<p>Оценка «удовлетворительно» (зачтено)</p>	<p>знания: - достаточный минимальный объем знаний по дисциплине; - усвоение основной литературы, рекомендованной рабочей программой; - использование научной терминологии, стилистическое и логическое изложение ответа на вопросы, умение делать выводы без существенных ошибок</p> <p>умения: - умеет ориентироваться в основных теориях, концепциях и направлениях по дисциплине и давать им оценку; - владеет инструментарием учебной дисциплины, умение его использовать в решении типовых задач; - умеет под руководством преподавателя решать стандартные задачи</p> <p>навыки: - работа под руководством преподавателя на практических занятиях, допустимый уровень культуры исполнения заданий; - достаточный минимальный уровень сформированности заявленных в рабочей программе компетенций; - испытывает затруднения при обосновании алгоритма выполнения заданий</p>
<p>Оценка «неудовлетворительно» (не зачтено)</p>	<p>знания: - фрагментарные знания по дисциплине; - отказ от ответа (выполнения письменной работы); - знание отдельных источников, рекомендованных рабочей программой по дисциплине;</p> <p>умения: - не умеет использовать научную терминологию; - наличие грубых ошибок</p> <p>навыки: - низкий уровень культуры исполнения заданий; - низкий уровень сформированности заявленных в рабочей программе компетенций; - отсутствие навыков самостоятельной работы; - не может обосновать алгоритм выполнения заданий</p>

7.4. Теоретические вопросы и практические задания для проведения промежуточной аттестации обучающихся, необходимые для оценки знаний, умений и навыков и (или) опыта профессиональной деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы

7.4.1. Теоретические вопросы для проведения промежуточной аттестации обучающихся

Примерные вопросы.

1. Продуктовая политика фирмы: основные определения, цели, задачи.
2. Факторы внешнего окружения организации, влияющие на управление продуктовой политикой компании. Управление товарной (продуктовой) категорией.
3. Определение товара в системе маркетинга. Продукт как продуктовый комплекс (мультиатрибутивная модель продукта).
4. Классификация товаров и особенности управления ими. Классификация услуг и особенности управления ими.
5. Потребительское и технологическое качество товара. Рациональные и эмоциональные свойства.
6. Стандарты качества. Классификационные стандарты.
7. Качество и конкурентоспособность продукта.
8. Показатели конкурентоспособности продукта.
9. Методики расчета показателей конкурентоспособности продукта.
10. Инновации и разработка новых товаров. Факторы успеха нового товара.
11. Организация процесса разработки нового товара. Генерирование идей новых товаров.
12. Разработка концепции нового товара.
13. Бизнес-анализ и разработка управленческих программ по внедрению товаров-новинок.
14. Процесс принятия товара потребителями.
15. Понятие, элементы, функции торговой марки. Виды товарных марок.
16. Управление отдельными торговыми марками.
17. Управление ассортиментом марочных товаров.
18. Жизненный цикл товара.
19. Анализ жизненного цикла товарной категории, разновидности товара и торговой марки.
20. Основные разновидности кривых жизненного цикла товара.
21. Маркетинговые стратегии на различных этапах жизненного цикла товара.
22. Изучение условий конкуренции на рынке.
23. Виды и модели конкуренции. Выявление значимых конкурентов.
24. Формирование конкурентного преимущества. Ключевые и критические факторы успеха.
25. Определение потенциала рынка. Методы оценки потенциала рынка.
26. Основные методы прогнозирования продаж.
27. Анализ продаж продукта. Характеристика спроса, его оценки в натуральном и денежном выражении.
28. Определение необходимого объема продаж.
29. Программы повышения лояльности как современный инструмент повышения продаж.
30. Мерчандайзинг как основной инструмент повышения продаж в розничных сетях.
31. Распределение и продвижение продукта на рынок. Виды каналов распределения.
32. Значение электронных каналов. Условия работы маркетплейсов.
33. Сегментация рынка: цель и механизм осуществления. Принципы, цели и задачи рыночной сегментации.
34. Учет специфики товара при проведении сегментации рынка. Ее основные критерии: географические, социально-экономические, этнографические и др.
35. Мотивационный анализ в сегментации рынка.
36. Особенности сегментации рынка для товаров производственного назначения и потребительских товаров.
37. Стратегии продукта и ее основные элементы. Виды и условия применения.
38. Позиционирование и пере позиционирование продукта.
39. Вывод новых продуктов на рынок.
40. Роль бренда при формировании продуктовой политики.
41. Виды марочных стратегий. Глобальная марочная стратегия. Марочные стратегии в контексте слияний и поглощений. Их применение.
42. Формирование коммерческого предложения.
43. Основные этапы планирования. Анализ наиболее часто допускаемых ошибок в

процессе планирования.

44. План маркетинга и его основные составляющие.
45. Матрица БКГ.
46. Матрица Ансоффа.
47. ABC-анализ классический и совмещенный анализ ABC-XYZ.
48. Модель MacKinsey.
49. Модели GE и Shell Chemical Company.
50. Расчет себестоимости, рентабельности и финансовых результатов.

7.4.2. Практические задания для проведения промежуточной аттестации обучающихся

Зачет с оценкой проводится в форме компьютерного тестирования в системе дистанционного обучения СПбГАСУ (<https://moodle.spbgasu.ru/>).

7.4.3. Примерные темы курсовой работы (проекта) (при наличии)

Курсовые работы (проекты) учебным планом не предусмотрены.

7.5. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта профессиональной деятельности, характеризующие этапы формирования компетенций

Процедура проведения промежуточной аттестации и текущего контроля успеваемости регламентируется локальным нормативным актом, определяющим порядок организации и проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся.

Процедура оценивания формирования компетенций при проведении текущего контроля приведена в п. 7.3. Типовые курсовые задания или иные материалы текущего контроля приведены в п. 7.2.

Промежуточная аттестация по дисциплине проводится в форме зачета с оценкой. Зачет с оценкой проводится в форме компьютерного тестирования.

7.6. Критерии оценивания сформированности компетенций при проведении промежуточной аттестации

Критерии оценивания	Уровень освоения и оценка			
	Оценка «неудовлетворительно»	Оценка «удовлетворительно»	Оценка «хорошо»	Оценка «отлично»
	«не зачтено»	«зачтено»		
	Уровень освоения компетенции «недостаточный». Компетенции не сформированы. Знания отсутствуют, умения и навыки не сформированы	Уровень освоения компетенции «пороговый». Компетенции сформированы. Сформированы базовые структуры знаний. Умения фрагментарны и носят репродуктивный характер. Демонстрируется низкий уровень самостоятельности практического навыка.	Уровень освоения компетенции «продвинутый». Компетенции сформированы. Знания обширные, системные. Умения носят репродуктивный характер, применяются к решению типовых заданий. Демонстрируется достаточный уровень самостоятельности устойчивого практического навыка.	Уровень освоения компетенции «высокий». Компетенции сформированы. Знания аргументированные, всесторонние. Умения успешно применяются к решению как типовых, так и нестандартных творческих заданий. Демонстрируется высокий уровень самостоятельности, высокая адаптивность практического навыка

знания	<p>Обучающийся демонстрирует:</p> <ul style="list-style-type: none"> -существенные пробелы в знаниях учебного материала; -допускаются принципиальные ошибки при ответе на основные вопросы билета, отсутствует знание и понимание основных понятий и категорий; -непонимание сущности дополнительных вопросов в рамках заданий билета. 	<p>Обучающийся демонстрирует:</p> <ul style="list-style-type: none"> -знания теоретического материала; -неполные ответы на основные вопросы, ошибки в ответе, недостаточное понимание сущности излагаемых вопросов; -неуверенные и неточные ответы на дополнительные вопросы. 	<p>Обучающийся демонстрирует:</p> <ul style="list-style-type: none"> -знание и понимание основных вопросов контролируемого объема программного материала; - знания теоретического материала -способность устанавливать и объяснять связь практики и теории, выявлять противоречия, проблемы и тенденции развития; -правильные и конкретные, без грубых ошибок, ответы на поставленные вопросы. 	<p>Обучающийся демонстрирует:</p> <ul style="list-style-type: none"> -глубокие, всесторонние и аргументированные знания программного материала; -полное понимание сущности и взаимосвязи рассматриваемых процессов и явлений, точное знание основных понятий, в рамках обсуждаемых заданий; -способность устанавливать и объяснять связь практики и теории, -логически последовательные, содержательные, конкретные и исчерпывающие ответы на все задания билета, а также дополнительные вопросы экзаменатора.
умения	<p>При выполнении практического задания билета обучающийся продемонстрировал недостаточный уровень умений. Практические задания не выполнены. Обучающийся не отвечает на вопросы билета при дополнительных наводящих вопросах преподавателя.</p>	<p>Обучающийся выполнил практическое задание билета с существенными неточностями. Допускаются ошибки в содержании ответа и решении практических заданий. При ответах на дополнительные вопросы было допущено много неточностей.</p>	<p>Обучающийся выполнил практическое задание билета с небольшими неточностями. Показал хорошие умения в рамках освоенного учебного материала. Предложенные практические задания решены с небольшими неточностями. Ответил на большинство дополнительных вопросов.</p>	<p>Обучающийся правильно выполнил практическое задание билета. Показал отличные умения в рамках освоенного учебного материала. Решает предложенные практические задания без ошибок. Ответил на все дополнительные вопросы.</p>

<p>владение навыками</p>	<p>Не может выбрать методику выполнения заданий. Допускает грубые ошибки при выполнении заданий, нарушающие логику решения задач. Делает некорректные выводы. Не может обосновать алгоритм выполнения заданий.</p>	<p>Испытывает затруднения по выбору методики выполнения заданий. Допускает ошибки при выполнении заданий, нарушения логики решения задач. Испытывает затруднения с формулированием корректных выводов. Испытывает затруднения при обосновании алгоритма выполнения заданий.</p>	<p>Без затруднений выбирает стандартную методику выполнения заданий. Допускает ошибки при выполнении заданий, не нарушающие логику решения задач. Делает корректные выводы по результатам решения задачи. Обосновывает ход решения задач без затруднений.</p>	<p>Применяет теоретические знания для выбора методики выполнения заданий. Не допускает ошибок при выполнении заданий. Самостоятельно анализирует результаты выполнения заданий. Грамотно обосновывает ход решения задач.</p>
--------------------------	--	---	---	--

Оценка по дисциплине зависит от уровня сформированности компетенций, закрепленных за дисциплиной, и представляет собой среднее арифметическое от выставленных оценок по отдельным результатам обучения (знания, умения, владение навыками).

Оценка «отлично»/«зачтено» выставляется, если среднее арифметическое находится в интервале от 4,5 до 5,0.

Оценка «хорошо»/«зачтено» выставляется, если среднее арифметическое находится в интервале от 3,5 до 4,4.

Оценка «удовлетворительно»/«зачтено» выставляется, если среднее арифметическое находится в интервале от 2,5 до 3,4.

Оценка «неудовлетворительно»/«не зачтено» выставляется, если среднее арифметическое находится в интервале от 0 до 2,4.

8. Учебно-методическое и материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля)

8.1. Перечень основной и дополнительной литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля)

№ п/п	Автор, название, место издания, издательство, год издания учебной и учебно-методической литературы	Количество экземпляров/электронный адрес ЭБС
<u>Основная литература</u>		
1	Чернышева А. М., Якубова Т. Н., Управление продуктом, Москва: Юрайт, 2023	https://urait.ru/bcode/511383
<u>Дополнительная литература</u>		
1	Ехлаков Ю. П., Планирование и организация вывода программного продукта на рынок, Томск: Томский государственный университет систем управления и радиоэлектроники, Эль Контент, 2017	https://www.iprbooks.hop.ru/72161.html

Обучающиеся из числа инвалидов и лиц с ОВЗ обеспечиваются печатными и (или) электронными образовательными ресурсами в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья.

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

Наименование ресурса сети «Интернет»	Электронный адрес ресурса
Корпоративный менеджмент	https://www.cfin.ru/
Энциклопедия маркетинга	https://www.marketing.spb.ru/
Лекторий	www.sostav.ru
Система межрегиональных маркетинговых центров	www.marketcenter.ru

8.3. Перечень современных профессиональных баз данных и информационных справочных систем

Наименование	Электронный адрес ресурса
Аналитический портал по экономическим дисциплинам	www.economicus.ru
Библиотека по Естественным наукам Российской Академии наук (РАН)	www.ras.ru
Периодические издания СПбГАСУ	https://www.spbgasu.ru/university/periodicheskie-izdaniya/?clear_cache=Y
Список сборников трудов и конференций в РИНЦ/eLIBRARY	https://www.spbgasu.ru/upload/iblock/d39/3msoinfs6e2v3x4ufw2pry17v0fq3s10/%D0%A1%D0%9F%D0%98%D0%A1%D0%9E%D0%9A%20%D0%92%D0%92%D0%95%D0%94%D0%95%D0%9D%D0%9D%D0%AB%D0%A5%20%D0%9A%D0%9E%D0%9D%D0%A4%D0%95%D0%A0%D0%95%D0%9D%D0%A6%D0%98%D0%99%20%D0%92%20%D0%A0%D0%98%D0%9D%D0%A6%20%D0%BD%D0%B0%20%D1%81%D0%B0%D0%B9%D1%82_26_01_24%20(2).pdf
Образовательные интернет-ресурсы СПбГАСУ	https://www.spbgasu.ru/university/obrazovatelnye-internet-resursy/
Журналы издательства Sage. В настоящее время доступны статьи из 320 журналов по 36 предметным рубрикам: гуманитарные и общественные науки, информатика, инженерные дисциплины, экономика, здоровье и образование.	www.sagepublications.com
Архив препринтов по физике, математике, компьютерным наукам, статистике, биологии, финансам.	www.arxiv.org
Российская государственная библиотека	www.rsl.ru
Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU	https://www.elibrary.ru/
Электронно-библиотечная система издательства "Консультант студента"	https://www.studentlibrary.ru/
Электронно-библиотечная система издательства "IPRsmart"	http://www.iprbookshop.ru/
Электронно-библиотечная система издательства "ЮРАЙТ"	https://www.biblio-online.ru/
Электронно-библиотечная система издательства "Лань"	https://e.lanbook.com/
Электронная библиотека Ирбис 64	http://ntb.spbgasu.ru/irbis64r_plus/
Система дистанционного обучения СПбГАСУ Moodle	https://moodle.spbgasu.ru/
Информационно-правовая база данных Кодекс	http://gasudata.lan.spbgasu.ru/docs/

Информационно-правовая система Консультант	https://student2.consultant.ru/cgi/online.cgi?req=home;rnd=0.34403827862102354
Информационно-правовая система Гарант	https://www.garant.ru/products/ipo/

8.4. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения

Наименование	Способ распространения (лицензионное или свободно распространяемое)
1С:Бухгалтерия 8. Учебная версия	Сублицензионный договор №067/051015/002 от 05.10.2015 с ООО "Интеллектуальные Технологии"
1С:Предприятие 8.3.	Договор № 1-060223-ЛД от 13.02.2023г, Лицензия бессрочная

8.5. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Сведения об оснащённости учебных аудиторий и помещений для самостоятельной работы

Наименование учебных аудиторий и помещений для самостоятельной работы	Оснащённость оборудованием и техническими средствами обучения
26. Компьютерный класс	Рабочие места с ПК (стол компьютерный, системный блок, монитор, клавиатура, мышь), стол рабочий, подключение к компьютерной сети СПбГАСУ, выход в Internet
26. Учебные аудитории для проведения практических занятий, курсового проектирования (выполнения курсовых работ), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации	Учебная аудитория для проведения практических занятий, курсового проектирования (выполнения курсовых работ), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации – комплект мультимедийного оборудования (персональный компьютер, мультимедийный проектор, экран, аудиосистема), доска, комплект учебной мебели, подключение к компьютерной сети СПбГАСУ, выход в Интернет
26. Помещения для самостоятельной работы	Помещение для самостоятельной работы (читальный зал библиотеки, ауд. 217): ПК-23 шт., в т.ч. 1 шт.- ПК для лиц с ОВЗ (системный блок, монитор, клавиатура, мышь) с подключением к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду СПбГАСУ.
26. Учебные аудитории для проведения лекционных занятий	Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа, комплект мультимедийного оборудования (персональный компьютер, мультимедийный проектор, экран, аудиосистема), доска, экран, комплект учебной мебели, подключение к компьютерной сети СПбГАСУ, выход в Интернет

Для инвалидов и лиц с ОВЗ обеспечиваются специальные условия для получения образования в соответствии с требованиями нормативно-правовых документов.

Рабочая программа составлена на основе ФГОС ВО - бакалавриат по направлению подготовки 38.03.05 Бизнес-информатика (приказ Минобрнауки России от 29.07.2020 № 838).

Программу составил:

доцент МС, к.э.н. Бочкарева Ольга Юрьевна

Программа обсуждена и рекомендована на заседании кафедры Менеджмента в строительстве 13.09.2024, протокол № 2

Заведующий кафедрой Плетнева Наталия Геннадиевна

Программа одобрена на заседании учебно-методической комиссии факультета 19.09.2024, протокол № 2.

Председатель УМК д.э.н., профессор Г.Ф. Токунова