

**Федеральное государственное автономное образовательное  
учреждение высшего образования  
«Московский физико-технический институт  
(национальный исследовательский университет)»**

**УТВЕРЖДЕНО**

**Директор физтех-школы бизнеса  
высоких технологий**

**В.Ю. Григорьев**

	<b>Рабочая программа дисциплины (модуля)</b>
<b>по дисциплине:</b>	Управление продуктовыми исследованиями
<b>по направлению:</b>	Наукоёмкие технологии и экономика инноваций
<b>профиль подготовки:</b>	Создание и развитие высокотехнологичного бизнеса Физтех-школа бизнеса высоких технологий Физтех-школа бизнеса высоких технологий
<b>курс:</b>	1
<b>квалификация:</b>	магистр

Семестр, формы промежуточной аттестации: 1 (осенний) - Экзамен

Аудиторных часов: 30 всего, в том числе:

лекции: 15 час.

семинары: 15 час.

лабораторные занятия: 0 час.

Самостоятельная работа: 30 час.

Подготовка к экзамену: 30 час.

Всего часов: 90, всего зач. ед.: 2

Программу составил: П.И. Ахтямов, старший преподаватель

Программа обсуждена на заседании Физтех-школы бизнеса высоких технологий 07.04.2024

## Аннотация

Дисциплина «Управление продуктовыми исследованиями» направлена на формирование у студентов систематизированных теоретических знаний о продукте как основополагающей категории маркетинга и практических навыков, связанных с процессом управления продуктом на различных этапах его жизненного цикла.

В рамках курса студенты изучают базовые концепции формирования продуктовой политики компании, учатся оценивать конкурентоспособность продукта, анализировать рынок и конкурентов, а также разрабатывать стратегию позиционирования продукта. Особое внимание уделяется вопросам управления разработкой нового продукта, управления ассортиментом продуктов и продуктовыми категориями.

По окончании курса студенты смогут эффективно управлять продуктовыми исследованиями, выбирать оптимальные методы и подходы для проведения исследований, планировать и организовывать исследования, контролировать их ход, а также систематизировать, интерпретировать и излагать результаты исследований.

### 1. Цели и задачи

#### Цель дисциплины

- изучение основных социально-демографических характеристик аудитории;
- определение задач, которые решает продукт или услуга для аудитории;
- идентификация стадий принятия решения аудиторией.

#### Задачи дисциплины

- осознание потребностей и мотивов целевой аудитории;
- получение опыта определения пользователей к определенной целевой аудитории;
- получение опыта ускорения процесса принятия решения аудиторией в пользу продукта или услуги.

### 2. Перечень формируемых компетенций

Освоение дисциплины направлено на формирование следующих компетенций:

Код и наименование компетенции	Индикаторы достижения компетенции
ОПК-5 Способен собирать, обрабатывать и интерпретировать с использованием современных информационных технологий данные, необходимые для профессиональной сферы деятельности	ОПК-5.1 Владеет знаниями и навыками использования информационно-коммуникационных технологий для поиска и изучения научной литературы, применения прикладных программных продуктов
	ОПК-5.2 Способен применить знание информационно-коммуникационных технологий для решения поставленной задачи, формулирования выводов и оценки полученных результатов
ПК-10 Способен применять методы планирования исследований и экспериментов при выполнении проектов и заданий в избранной предметной области	ПК-10.3 Владеет методами планирования исследований и экспериментов в избранной предметной области
	ПК-10.2 Умеет применять теоретические знания к построению программ исследований и экспериментов при выполнении конкретных проектов и заданий

### 3. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю)

В результате освоения дисциплины обучающиеся должны

знать:

- классификацию методов продуктовых исследований;
- критерии оценки качества продуктовых исследований;
- роли и обязанности внутри рабочих групп исследователей.

уметь:

- определять основные критерии выбора методов исследований: стоимость, сложность сбора данных, сложность анализа;
- вносить корректировки в план исследований в процессе работы;
- выявлять и устранять проблемы в процессе исследований.

владеть:

- навыком выработки критериев выбора подрядчиков для проведения исследований;
- навыком систематизации результатов исследований с учётом различных источников.

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

##### 4.1. Разделы дисциплины (модуля) и трудоемкости по видам учебных занятий

№	Тема (раздел) дисциплины	Трудоемкость по видам учебных занятий, включая самостоятельную работу, час.			
		Лекции	Семинары	Лаборат. работы	Самост. работа
1	Выбор методов проведения исследований продукта	3	3		6
2	Выбор подрядчиков для проведения исследований продукта	2	2		4
3	Планирование исследований продукта	3	3		6
4	Организация проведения исследований продукта	2	2		4
5	Контроль хода проведения исследований продукта	2	2		4
6	Систематизация результатов исследований продукта, их интерпретация и изложение	3	3		6
Итого часов		15	15		30
Подготовка к экзамену		30 час.			
Общая трудоёмкость		90 час., 2 зач.ед.			

##### 4.2. Содержание дисциплины (модуля), структурированное по темам (разделам)

Семестр: 1 (Осенний)

###### 1. Выбор методов проведения исследований продукта

Введение в тему продуктовых исследований.

Классификация методов исследований: качественные, смешанные и количественные.

Критерии выбора методов: стоимость, сложность сбора данных, сложность анализа.

Примеры применения различных методов исследований в зависимости от целей и задач.

###### 2. Выбор подрядчиков для проведения исследований продукта

Критерии выбора подрядчиков для проведения исследований.

Особенности работы с различными типами подрядчиков: агентства, фрилансеры, собственные сотрудники.

Риски и преимущества работы с разными типами подрядчиков.

Процесс отбора и заключения договоров с подрядчиками.

### 3. Планирование исследований продукта

Этапы планирования исследований: определение целей, задач, методов, сроков и бюджета.  
Разработка плана исследований: выбор инструментов, ресурсов, распределение обязанностей.  
Оценка рисков и возможностей при планировании исследований.  
Внесение корректировок в план исследований в процессе работы.

### 4. Организация проведения исследований продукта

Создание рабочей группы для проведения исследований.  
Распределение ролей и обязанностей внутри рабочей группы.  
Обеспечение ресурсами для проведения исследований: финансирование, инструменты, материалы.

### 5. Контроль хода проведения исследований продукта

Мониторинг процесса исследований: сбор данных, анализ результатов, обратная связь.  
Выявление и устранение проблем в процессе исследований.  
Корректировка плана исследований в зависимости от полученных результатов.

### 6. Систематизация результатов исследований продукта, их интерпретация и изложение

Методы систематизации результатов исследований: таблицы, графики, диаграммы.  
Интерпретация результатов исследований: выявление закономерностей, тенденций, выводов.  
Изложение результатов исследований: подготовка отчётов, презентаций, статей.  
Презентация результатов исследований заинтересованным сторонам.

## 5. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю)

Учебная аудитория, оснащенная компьютером и мультимедийным оборудованием (проектор, звуковая система).

## 6. Перечень рекомендуемой литературы

### Основная литература

1. Промышленный (B2B) маркетинг / А. М. Чернышева, Т. Н. Якубова. – Москва: Юрайт, 2022.
2. Теория вероятностей и математическая статистика / В. Е. Гмурман. – Москва: Юрайт, 2022.

### Дополнительная литература

1. Макроэкономика для управленческих специальностей / под редакцией Г. А. Родиной, Москва, Юрайт, 2021

## 7. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", необходимых для освоения дисциплины (модуля)

Не используются

## 8. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень необходимого программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости)

На занятиях используются мультимедийные технологии, включая демонстрацию презентаций.

## 9. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)

Студент, изучающий дисциплину, должен с одной стороны, овладеть общим понятийным аппаратом, а с другой стороны, должен научиться применять теоретические знания на практике.

Успешное освоение дисциплины требует:

- посещения студентом всех видов аудиторных занятий;
- ведения конспекта в ходе лекционных занятий;
- качественной самостоятельной подготовки к практическим занятиям, активной работы на них;
- активной самостоятельной и аудиторной работы студента;
- своевременной сдачи преподавателю заданий по аудиторным видам работ.

**ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)**

<b>по направлению:</b>	Наукоёмкие технологии и экономика инноваций
<b>профиль подготовки:</b>	Создание и развитие высокотехнологичного бизнеса Физтех-школа бизнеса высоких технологий Физтех-школа бизнеса высоких технологий
<b>курс:</b>	<u>1</u>
<b>квалификация:</b>	магистр
Семестр, формы промежуточной аттестации: 1 (осенний) - Экзамен	
<b>Разработчик:</b>	П.И. Ахтямов, старший преподаватель

## 1. Компетенции, формируемые в процессе изучения дисциплины

Код и наименование компетенции	Индикаторы достижения компетенции
ОПК-5 Способен собирать, обрабатывать и интерпретировать с использованием современных информационных технологий данные, необходимые для профессиональной сферы деятельности	ОПК-5.1 Владеет знаниями и навыками использования информационно-коммуникационных технологий для поиска и изучения научной литературы, применения прикладных программных продуктов
	ОПК-5.2 Способен применить знание информационно-коммуникационных технологий для решения поставленной задачи, формулирования выводов и оценки полученных результатов
ПК-10 Способен применять методы планирования исследований и экспериментов при выполнении проектов и заданий в избранной предметной области	ПК-10.3 Владеет методами планирования исследований и экспериментов в избранной предметной области
	ПК-10.2 Умеет применять теоретические знания к построению программ исследований и экспериментов при выполнении конкретных проектов и заданий

## 2. Показатели оценивания компетенций

В результате изучения дисциплины «Управление продуктовыми исследованиями» обучающийся должен:

### знать:

- классификацию методов продуктовых исследований;
- критерии оценки качества эффективности продуктовых исследований;
- роли и обязанности внутри рабочих групп исследователей.

### уметь:

- определять основные критерии выбора методов исследований: стоимость, сложность сбора данных, сложность анализа;
- вносить корректировки в план исследований в процессе работы;
- выявлять и устранять проблемы в процессе исследований.

### владеть:

- навыком выработки критериев выбора подрядчиков для проведения исследований;
- навыком систематизации результатов исследований с учётом различных источников.

## 3. Перечень типовых (примерных) вопросов, заданий, тем для подготовки к текущему контролю

1. Выбор методов проведения исследований продукта
2. Выбор подрядчиков для проведения исследований продукта
3. Планирование исследований продукта
4. Организация проведения исследований продукта
5. Контроль хода проведения исследований продукта
6. Систематизация результатов исследований продукта, их интерпретация и изложение

## 4. Перечень типовых (примерных) вопросов и тем для проведения промежуточной аттестации обучающихся

1. Какие существуют методы проведения исследований продукта и каковы их основные характеристики?
2. Какие критерии следует учитывать при выборе методов проведения исследований продукта?
3. Каковы основные критерии выбора подрядчиков для проведения исследований продукта?
4. Опишите процесс планирования исследований продукта и его основные этапы.
5. Как организовать проведение исследований продукта и какие ресурсы для этого необходимы?
6. Как осуществляется контроль хода проведения исследований продукта и какие инструменты для этого используются?
7. Как систематизировать результаты исследований продукта и подготовить их к интерпретации?

8. Как интерпретировать результаты исследований продукта и сделать выводы?
9. Как изложить результаты исследований продукта в форме отчета или презентации?
10. Какие риски могут возникнуть при проведении исследований продукта и как их минимизировать?

Примеры экзаменационных вопросов в билете.

Билет 1.

1. Опишите процесс планирования исследований продукта и его основные этапы.
2. Как систематизировать результаты исследований продукта и подготовить их к интерпретации?

Билет 2.

1. Какие риски могут возникнуть при проведении исследований продукта и как их минимизировать?
2. Какие критерии следует учитывать при выборе методов проведения исследований продукта?

#### Критерии оценивания

- оценка «отлично (10)» выставляется студенту, показавшему всесторонние, систематизированные, глубокие знания учебной программы дисциплины и умение уверенно применять их на практике при решении конкретных задач, свободное и правильное обоснование принятых решений
- оценка «отлично (9)» выставляется студенту, показавшему всесторонние, систематизированные, глубокие знания учебной программы дисциплины и умение применять их на практике при решении конкретных задач, свободное и правильное обоснование принятых решений
- оценка «отлично (8)» выставляется студенту, показавшему всесторонние систематизированные, глубокие знания учебной программы дисциплины и умение применять их на практике при решении конкретных задач, и правильное обоснование принятых решений
- оценка «хорошо (7)» выставляется студенту, если он твердо знает материал, грамотно и по существу излагает его, умеет применять полученные знания на практике, но допускает в ответе или в решении задач некоторые неточности;
- оценка «хорошо (6)» выставляется студенту, если он знает материал, грамотно и по существу излагает его, умеет применять полученные знания на практике, но допускает в ответе или в решении задач некоторые неточности;
- оценка «хорошо (5)» выставляется студенту, если он знает материал, и по существу излагает его, умеет применять полученные знания на практике, но допускает в ответе или в решении задач некоторые неточности;
- оценка «удовлетворительно (4)» выставляется студенту, показавшему фрагментарный, разрозненный характер знаний, недостаточно правильные формулировки базовых понятий, нарушения логической последовательности в изложении программного материала, но при этом он владеет основными разделами учебной программы, необходимыми для дальнейшего обучения и может применять полученные знания по образцу в стандартной ситуации;
- оценка «удовлетворительно (3)» выставляется студенту, показавшему фрагментарный, разрозненный характер знаний, недостаточно правильные формулировки базовых понятий, нарушения логической последовательности в изложении программного материала, но при этом он владеет фрагментарно основными разделами учебной программы, необходимыми для дальнейшего обучения и может применять полученные знания по образцу в стандартной ситуации;
- оценка «неудовлетворительно (2)» выставляется студенту, который не знает большей части основного содержания учебной программы дисциплины, допускает грубые ошибки в формулировках основных понятий дисциплины и не умеет использовать полученные знания при решении типовых практических задач
- оценка «неудовлетворительно (1)» выставляется студенту, который не знает формулировок основных понятий дисциплины.



## **5. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности**

Экзамен может проводиться по итогам текущей успеваемости и сдачи заданий и других видов работ, предусмотренных программой дисциплины и (или) путем организации специального опроса, проводимого в устной и (или) письменной форме.

При проведении экзамена обучающемуся предоставляется 30 минут на подготовку. Опрос обучающегося не должен превышать одного астрономического часа.

Во время проведения экзамена обучающиеся могут пользоваться программой дисциплины, а также справочной литературой, конспектами лекций или другими материалами.