

Автономная некоммерческая организация высшего образования
«МОСКОВСКИЙ МЕЖДУНАРОДНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Рабочая программа дисциплины

Управление продуктом

<i>Направление подготовки</i>	Медиакоммуникации
<i>Код</i>	42.03.05
<i>Направленность (профиль)</i>	Продюсирование цифрового контента
<i>Квалификация выпускника</i>	Бакалавр

ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН
ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ

Сертификат: 039CF0930035B466A44637ABV04B6AF49F
Владелец: ПОПОВ ВАСИЛИЙ ГАВРИИЛОВИЧ
Действителен: с 23.04.2026 до 23.07.2027

Москва
2026

1. Перечень кодов компетенций, формируемых дисциплиной в процессе освоения образовательной программы

Группа компетенций	Категория компетенций	Код
Профессиональные	-	ПК – 5
Профессиональные	-	ПК – 6
Профессиональные	-	ПК – 7
Профессиональные	-	ПК – 9

2. Компетенции и индикаторы их достижения

Код компетенции	Формулировка компетенции	Индикаторы достижения компетенции
ПК – 5	Способен участвовать в проектной деятельности по созданию концепций медиапроектов и их реализации	ПК-5.1. Умеет создавать индивидуальные и коллективные медиапроекты определенного формата в соответствии с потребностями целевой аудиторией СМИ ПК-5.2. Владеет навыками работы в команде при разработке коллективных медиапроектов. ПК-5.3. Способен создавать медиапроекты различной тематической направленности с использованием мультимедийных средств.
ПК – 6	Способен продвигать медиапродукт путем взаимодействия с социальными группами, организациями и персонами с помощью различных каналов коммуникации, учитывая тенденции развития отечественного и зарубежных медиарынков	ПК-6.1. Знает основы организации и проведения интегрированных маркетингово-коммуникационных кампаний ПК-6.2. Умеет планировать интегрированные маркетинговокоммуникационные кампании, применяющие мультимедийные и интерактивные средства ПК-6.3. Владеет навыками создания интегрированных маркетингово-коммуникационных кампаний, применяющих мультимедийные и интерактивные средства
ПК – 7	Способен организовывать и координировать процесс создания мультимедийного контента	ПК-7.1. Знает основы структурирования медиаорганизаций и принципы взаимодействия медиаорганизаций со внешней средой ПК-7.2. Умеет координировать работу технических, управленческих, творческих подразделений медиаорганизаций ПК-7.3. Владеет навыками выстраивания

		взаимодействия медиаорганизации со внешней средой
ПК - 9	Способен при содействии дизайнеров, программистов, специалистов в сфере информационных технологий создавать современные актуальные медиапродукты разных форматов	ПК-9.1 Знает существующие форматы мультимедиа для создания мультимедийных проектов. ПК-9.2 Умеет разрабатывать концепции технологий совместно с дизайнерами, IT специалистами, программистами ПК – 9.3 Может принимать участие в производственном процессе выпуска медиапроекта и (или) медиапродукта с применением современных мультимедийных технологий программных продуктов ПК-9.4. Владеет навыками проектирования информационных и программных продуктов

3. Описание планируемых результатов обучения по дисциплине и критериев оценки результатов обучения по дисциплине

3.1 Описание планируемых результатов обучения по дисциплине

Планируемые результаты обучения по дисциплине представлены дескрипторами (знания, умения, навыки).

Дескрипторы по дисциплине	Знать	Уметь	Владеть
Код компетенции	ПК - 5		
	- технологию подготовки журналистского текста; - принципы работы современной редакции	- использовать современные технологии для подачи текстовой информации; - «переупаковывать» материал для более эффективного восприятия с помощью различных мультимедийных форматов	- навыками работы с применением современных редакционных технологий
Код компетенции	ПК - 6		
	- основы организации и проведения интегрированных маркетингово-коммуникационных кампаний	- планировать интегрированные маркетингово-коммуникационные кампании, применяющие	- навыками создания интегрированных маркетингово-коммуникационных кампаний, применяющих

		мультимедийные и интерактивные средства	мультимедийные и интерактивные средства
Код компетенции	ПК - 7		
	- основы структурирования медиаорганизаций и принципы взаимодействия медиаорганизаций со внешней средой	-координировать работу технических, управленческих, творческих подразделений медиаорганизаций	-навыками коммуникации при взаимодействии с внешней средой
Код компетенции	ПК -9		
	как совместно с дизайнерами, программистами и специалистами в сфере информационных технологий создавать медиапродукты разных форматов	- разрабатывать концепции технологий	- навыками проектирования информационных и программных продуктов

4. Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы

Дисциплина является дисциплиной по выбору части учебного плана ОПОП формируемой участниками образовательных отношений.

Дисциплина находится в логической и содержательно-методической взаимосвязи с другими частями ОП. Данная дисциплина взаимосвязана с другими дисциплинами, такими как «Введение в профессию», «Иностранный язык», «Деловые коммуникации», «Управление персоналом».

В рамках освоения программы бакалавриата выпускники готовятся к решению задач профессиональной деятельности следующих типов: авторский, редакторский, проектный, маркетинговый, организационный, технологический.

Профиль (направленность) программы установлена путем её ориентации на сферу профессиональной деятельности выпускников: Продюсирование цифрового контента

5. Объем дисциплины

Виды учебной работы		Формы обучения	
		Очная	Заочная
Общая	трудоемкость: зачетные единицы/часы	4/144	4/144
Контактная работа:		40	12
	Занятия лекционного типа	20	4
	Занятия семинарского типа	20	8
	Промежуточная аттестация: экзамен	9	9
Самостоятельная работа (СРС)		95	123

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

6.1. Распределение часов по разделам/темам и видам работы

6.1.1. Очная форма обучения

№ п/ п	Раздел/тема	Виды учебной работы (в часах)						
		Контактная работа						Самос тоятел ьная работа
		Занятия лекционного типа		Занятия семинарского типа				
		Лекци и	Иные учебны е занят ия	Практ ически е заняти я	Сем и нар ы	Лабо рато рные раб.	Ины е заня тия	
1.	Управление продуктом	2		2				16
2.	Исследование рынка и потребителей	4		4				16
3.	Разработка продукта	4		4				16
4.	Тестирование и оптимизация продукта	4		4				16
5.	Маркетинг и продвижение продукта	4		4				16
6.	Этические и правовые аспекты управления продуктом	2		2				15
	Промежуточная аттестация	9						
	Итого	20		20				95

6.1.2. Заочная форма обучения

№ п/ п	Раздел/тема	Виды учебной работы (в часах)						
		Контактная работа						Самос тоятел ьная работа
		Занятия лекционного типа		Занятия семинарского типа				
		Лекци и	Иные учебны е занят ия	Практ ически е заняти я	Сем и нар ы	Лабо рато рные раб.	Ины е заня тия	
1.	Управление продуктом	1		1				23

2.	Исследование рынка и потребителей	1		1				20
3.	Разработка продукта			2				20
4.	Тестирование и оптимизация продукта	1		1				20
5.	Маркетинг и продвижение продукта	1		2				20
6.	Этические и правовые аспекты управления продуктом			1				20
	Промежуточная аттестация	9						
	Итого	4		8				123

6.2. Программа дисциплины, структурированная по темам/разделам

6.2.1. Содержание лекционного курса

№ п/п	Наименование темы (раздела) дисциплины	Содержание лекционного занятия
1.	Управление продуктом	1.1 Основные понятия и задачи управления продуктом в медиакоммуникациях. 1.2 Роль продуктового менеджера в медиаиндустрии. 1.3 Жизненный цикл продукта: этапы и особенности в медиакоммуникациях. 1.4 Методологии управления продуктом: Agile, Scrum, Kanban.
2.	Исследование рынка и потребителей	2.1 Методы исследования рынка в медиакоммуникациях: анализ трендов, конкурентов и аудитории. 2.2 Сегментация аудитории и создание персон: основные подходы и инструменты. 2.3 Аналитика и метрики в управлении продуктом: ключевые показатели и их анализ. 2.4 Проведение пользовательских интервью и опросов для выявления потребностей пользователей.
3.	Разработка продукта	3.1 Формулирование стратегии продукта: миссия, видение, цели. 3.2 Создание дорожной карты (roadmap) продукта: этапы развития и сроки. 3.3 Принципы проектирования продукта в медиакоммуникациях: UX/UI, дизайн, контент. 3.4 Управление разработкой продукта: Agile-подходы, релизы и итерации.
4.	Тестирование и оптимизация продукта	4.1 Виды тестирования продукта: A/B тесты, usability-тестирование, beta-тестирование. 4.2 Сбор и анализ обратной связи от пользователей: инструменты и методы.

		4.3 Оптимизация пользовательского опыта (UX): улучшение интерфейсов и взаимодействия с продуктом. 4.4 Управление жизненным циклом продукта: обновления, масштабирование, снятие с продаж.
5.	Маркетинг и продвижение продукта	5.1 Маркетинговые стратегии в медиакоммуникациях: привлечение, удержание, монетизация. 5.2 Цифровой маркетинг: SEO, PPC, социальные сети, контент-маркетинг. 5.3 Брендинг продукта: позиционирование, создание образа и узнаваемости. 5.4 Продвижение продукта: кампании, промоакции, взаимодействие с партнерами.
6.	Этические и правовые аспекты управления продуктом	6.1 Этические принципы в управлении продуктом: ответственность перед пользователями и обществом. 6.2 Законодательные требования и нормативы в медиакоммуникациях: защита данных, авторские права. 6.3 Работа с персональными данными: политика конфиденциальности, GDPR, соблюдение законодательства. 6.4 Этический аудит продукта: оценка соответствия этическим стандартам и принципам.

6.2.2. Содержание практических занятий

№ п/п	Наименование темы (раздела) дисциплины	Содержание практического занятия
1.	Управление продуктом	1.1 Анализ продуктов на рынке медиакоммуникаций Сравнительный анализ продуктов конкурентов. Оценка основных конкурентных преимуществ. 1.2 Создание MVP (минимально жизнеспособного продукта) Разработка MVP на основе выявленных потребностей аудитории. Тестирование MVP с использованием метода Lean Startup.
2.	Исследование рынка и потребителей	2.1 Сегментация аудитории Проведение сегментации аудитории с использованием данных о пользовательском поведении. Формулирование персон и создание пользовательских сценариев. 2.2 Анализ метрик Сбор и анализ основных метрик продукта (активность пользователей, retention, конверсии). Формирование отчетов и дашбордов для мониторинга

		метрик.
3.	Разработка продукта	3.1 Создание дорожной карты продукта Разработка дорожной карты с учетом приоритетов и сроков. Определение основных фич и задач для каждого этапа разработки. 3.2 Дизайн продукта Проектирование пользовательского интерфейса и пользовательского опыта. Создание прототипов и дизайн-макетов.
4.	Тестирование и оптимизация продукта	4.1 Проведение тестирования Планирование и проведение A/B тестов для оптимизации продукта. Сбор и анализ результатов тестирования. 4.2 Анализ обратной связи Методы сбора обратной связи от пользователей (анкеты, интервью, онлайн-отзывы). Обработка и систематизация полученных данных.
5.	Маркетинг и продвижение продукта	5.1 Разработка маркетинговой стратегии Формирование позиционирования продукта на рынке. Разработка маркетинговых кампаний для привлечения целевой аудитории. 5.2 Продвижение через социальные медиа Создание и оптимизация аккаунтов в социальных сетях. Планирование контент-стратегии и взаимодействие с подписчиками.
6.	Этические и правовые аспекты управления продуктом	6.1 Аудит безопасности данных Проверка и анализ уровня защищенности персональных данных пользователей. Внедрение мер по улучшению безопасности и соблюдению законодательства. 6.2 Этический анализ продукта Оценка продукта с точки зрения этических принципов и социальной ответственности. Разработка рекомендаций по улучшению этических аспектов продукта.

6.2.3. Содержание самостоятельной работы

№ п/п	Наименование темы (раздела) дисциплины	Содержание самостоятельной работы
1.	Управление продуктом	Умение анализировать рынок. Составление планов реализаций проектов
2.	Исследование рынка и потребителей	Умение анализировать целевую аудиторию и современные тенденции. Составление реферата на различные продукты

3.	Разработка продукта	Реферат на тему особенностей разработки продукта и их собственное видение ситуации.
4.	Тестирование и оптимизация продукта	Изучение программ для тестирования. Выявление побочных эффектов и способы оптимизации
5.	Маркетинг и продвижение продукта	Составление проекта на тему продвижение собственного продукта
6.	Этические и правовые аспекты управления продуктом	Реферат на тему видения этических и правовых аспектов управления продуктом, который был составленного в 5 модуле

7. Текущий контроль по дисциплине (модулю) в рамках учебных занятий

В рамках текущего контроля преподаватель самостоятельно может проводить следующие мероприятия:

№ п/п	Контролируемые разделы (темы)	Наименование оценочного средства
1.	Введение в управление персоналом в медиаиндустрии	Опрос, ситуационная задача, информационный проект, тестирование.
2.	Процесс найма и подбора персонала в медиакомпании	Опрос, ситуационная задача, проблемно-аналитическое задание, тестирование.
3.	Мотивация и стимулирование персонала в медиаиндустрии	Опрос, ситуационная задача, проблемная задача, проблемно-аналитическое задание, тестирование.
4.	Управление конфликтами и коммуникациями в медиакомпании	Опрос, ситуационная задача, проблемная задача, проблемно-аналитическое задание, информационный проект, тестирование.
5.	Развитие персонала и обучение в медиаиндустрии	Опрос, проблемная задача, проблемно-аналитическое задание, тестирование.
6.	Оценка и управление производительностью в медиакомпании	Опрос, ситуационная задача, проблемно-аналитическое задание, информационный проект, тестирование.

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

8.1. Основная учебная литература

1. Плаксин, В. И. Актуальные проблемы в современной системе экономики: управление проектами: учебное пособие / В. И. Плаксин, Ф. В. Узунов, В. В. Узунов; под редакцией В. Н. Узунова. — Симферополь: Университет экономики и управления, 2024. — 182 с. — Текст: электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART: [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/140006.html>

2. Генералова, С. В. Методы и модели разработки и принятия управленческих решений: учебное пособие / С. В. Генералова. — 2-е изд. — Москва: Ай Пи Ар Медиа, 2024. — 87 с. — ISBN 978-5-4497-2523-3. — Текст: электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/134689.html>

3. Воробьева, Т. В. Управление инвестиционным проектом: учебное пособие / Т. В. Воробьева. — 4-е изд. — Москва: Интернет-Университет Информационных Технологий (ИНТУИТ), Ай Пи Ар Медиа, 2024. — 145 с. — ISBN 978-5-4497-2487-8. — Текст: электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART: [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/133987.html>

8.2. Дополнительная учебная литература:

1. Орлов, А. И. Эконометрика: учебник / А. И. Орлов. — Москва: Ай Пи Ар Медиа, 2024. — 525 с. — ISBN 978-5-4497-2540-0. — Текст: электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART: [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/134694.html>

2. Шамис, В. А. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности: учебник / В. А. Шамис, Г. Г. Левкин. — Москва: Ай Пи Ар Медиа, 2023. — 174 с. — ISBN 978-5-4497-1826-6. — Текст: электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/124747.html>

8.3. Периодические издания

1. Федеральный портал «Российское образование». <http://www.edu.ru/>
2. World of Media. Journal of Russian Media and Journalism Studies. ISSN 2307-1605. <http://worldofmedia.ru/>

9. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" (далее - сеть "Интернет"), необходимых для освоения дисциплины (модуля)

1. Федеральный портал «Российское образование» <http://www.edu.ru/>
2. Интернет-университет информационных технологий (ИНТУИТ.ру) <http://www.intuit.ru/>
3. Федеральный портал «Российское образование». <http://www.edu.ru/>
4. Электронная библиотечная система «Консультант студента». <http://www.studentlibrary.ru/>
5. Сайт Информационного агентства РБК – Официальный сайт [Электронный ресурс]. – www.rbk.ru/

10. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)

Успешное освоение данного курса базируется на рациональном сочетании нескольких видов учебной деятельности – лекций, семинарских занятий, самостоятельной работы. При этом самостоятельную работу следует рассматривать одним из главных звеньев полноценного высшего образования, на которую отводится значительная часть учебного времени.

При реализации программы с применением ДОТ:

Все виды занятий проводятся в форме онлайн-вебинаров с использованием современных компьютерных технологий (наличие презентации и форума для обсуждения).

В процессе изучения дисциплины студенты выполняют практические задания и промежуточные тесты. Консультирование по изучаемым темам проводится в онлайн режиме во время проведения вебинаров и на форуме для консультаций.

Самостоятельная работа студентов складывается из следующих составляющих:

работа с основной и дополнительной литературой, с материалами интернета и конспектами лекций;

внеаудиторная подготовка к контрольным работам, выполнение докладов, рефератов и курсовых работ;

выполнение самостоятельных практических работ;

подготовка к экзаменам (зачетам) непосредственно перед ними.

Для правильной организации работы необходимо учитывать порядок изучения разделов курса, находящихся в строгой логической последовательности. Поэтому хорошее усвоение одной части дисциплины является предпосылкой для успешного перехода к следующей. Задания, проблемные вопросы, предложенные для изучения дисциплины, в том числе и для самостоятельного выполнения, носят междисциплинарный характер и базируются, прежде всего, на причинно-следственных связях между компонентами окружающего нас мира. В течение семестра, необходимо подготовить рефераты (проекты) с использованием рекомендуемой основной и дополнительной литературы и сдать рефераты для проверки преподавателю. Важным составляющим в изучении данного курса является решение ситуационных задач и работа над проблемно-аналитическими заданиями, что предполагает знание соответствующей научной терминологии и т.д.

Для лучшего запоминания материала целесообразно использовать индивидуальные особенности и разные виды памяти: зрительную, слуховую, ассоциативную. Успешному запоминанию также способствует приведение ярких свидетельств и наглядных примеров. Учебный материал должен постоянно повторяться и закрепляться.

При выполнении докладов, творческих, информационных, исследовательских проектов особое внимание следует обращать на подбор источников информации и методику работы с ними.

Для успешной сдачи экзамена (зачета) рекомендуется соблюдать следующие правила:

Подготовка к экзамену (зачету) должна проводиться систематически, в течение всего семестра.

Интенсивная подготовка должна начаться не позднее, чем за месяц до экзамена.

Время непосредственно перед экзаменом (зачетом) лучше использовать таким образом, чтобы оставить последний день свободным для повторения курса в целом, для систематизации материала и доработки отдельных вопросов.

На экзамене высокую оценку получают студенты, использующие данные, полученные в процессе выполнения самостоятельных работ, а также использующие собственные выводы на основе изученного материала.

Учитывая значительный объем теоретического материала, студентам рекомендуется регулярное посещение и подробное конспектирование лекций.

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

1. Microsoft Windows Server;
 2. Семейство ОС Microsoft Windows;
 3. Libre Office свободно распространяемый офисный пакет с открытым исходным кодом;
 4. Информационно-справочная система: Система КонсультантПлюс (КонсультантПлюс);
 5. Информационно-правовое обеспечение Гарант: Электронный периодический справочник «Система ГАРАНТ» (Система ГАРАНТ);
 6. Электронная информационно-образовательная система ММУ: <https://elearn.mmu.ru/>
- Перечень используемого программного обеспечения указан в п.12 данной рабочей программы дисциплины.

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

12.1. Учебная аудитория для проведения учебных занятий, предусмотренных программой бакалавриата, оснащенная оборудованием и техническими средствами обучения.

Специализированная мебель:

Комплект учебной мебели (стол, стул) по количеству обучающихся; комплект мебели для преподавателя; доска (маркерная).

Технические средства обучения:

Компьютер в сборе для преподавателя, проектор, экран, колонки

Перечень лицензионного программного обеспечения, в том числе отечественного производства:

Windows 10, КонсультантПлюс, Система ГАРАНТ, Kaspersky Endpoint Security.

Перечень свободно распространяемого программного обеспечения:

Adobe Acrobat Reader DC, Google Chrome, LibreOffice, Skype, Zoom.

Подключение к сети «Интернет» и обеспечение доступа в электронную информационно-образовательную среду ММУ.

12.2. Помещение для самостоятельной работы обучающихся.

Специализированная мебель:

Комплект учебной мебели (стол, стул) по количеству обучающихся; комплект мебели для преподавателя; доска (маркерная).

Технические средства обучения:

Компьютер в сборе для преподавателя; компьютеры в сборе для обучающихся; колонки; проектор, экран.

Перечень лицензионного программного обеспечения, в том числе отечественного производства:

Windows Server 2016, Windows 10, Microsoft Office, КонсультантПлюс, Система ГАРАНТ, Kaspersky Endpoint Security.

Перечень свободно распространяемого программного обеспечения:

Adobe Acrobat Reader DC, Google Chrome, LibreOffice, Skype, Zoom, Gimp, Paint.net, AnyLogic, Inkscape.

13.Образовательные технологии, используемые при освоении дисциплины.

Для освоения дисциплины используются как традиционные формы занятий – лекции (типы лекций – установочная, вводная, текущая, заключительная, обзорная; виды лекций – проблемная, визуальная, лекция конференция, лекция консультация); и семинарские (практические) занятия, так и активные и интерактивные формы занятий - деловые и ролевые игры, решение ситуационных задач и разбор конкретных ситуаций.

На учебных занятиях используются технические средства обучения мультимедийной аудитории: компьютер, монитор, колонки, настенный экран, проектор, микрофон, пакет программ Microsoft Office для демонстрации презентаций и медиафайлов, видеопроектор для демонстрации слайдов, видеосюжетов и др. Тестирование обучаемых может осуществляться с использованием компьютерного оборудования университета.

При реализации программы с применением ДОТ:

Все виды занятий проводятся в форме онлайн-вебинаров с использованием современных компьютерных технологий (наличие презентации и форума для обсуждения).

В процессе изучения дисциплины студенты выполняют практические задания и промежуточные тесты. Консультирование по изучаемым темам проводится в онлайн режиме во время проведения вебинаров и на форуме для консультаций.

13.1. В освоении учебной дисциплины используются следующие традиционные образовательные технологии:

- чтение проблемно-информационных лекций с использованием доски и видеоматериалов;
- семинарские занятия для обсуждения, дискуссий и обмена мнениями;
- контрольные опросы;
- консультации;
- самостоятельная работа студентов с учебной литературой и первоисточниками;
- подготовка и обсуждение рефератов (проектов), презентаций (научно-исследовательская работа);
- тестирование по основным темам дисциплины.

13.2. Активные и интерактивные методы и формы обучения

Из перечня видов: («мозговой штурм», анализ НПА, анализ проблемных ситуаций, анализ конкретных ситуаций, инциденты, имитация коллективной профессиональной деятельности, разыгрывание ролей, творческая работа, связанная с освоением дисциплины, ролевая игра, круглый стол, диспут, беседа, дискуссия, мини-конференция и др.) используются следующие:

- диспут
- анализ проблемных, творческих заданий, ситуационных задач
- ролевая игра;
- круглый стол;
- мини-конференция
- дискуссия
- беседа.

13.3. Особенности обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья (ОВЗ)

При организации обучения по дисциплине учитываются особенности организации взаимодействия с инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья (далее – инвалиды и лица с ОВЗ) с целью обеспечения их прав. При обучении учитываются особенности их психофизического развития, индивидуальные возможности и при необходимости обеспечивается коррекция нарушений развития и социальная адаптация указанных лиц.

Выбор методов обучения определяется содержанием обучения, уровнем методического и материально-технического обеспечения, особенностями восприятия учебной информации студентами-инвалидами и студентами с ограниченными возможностями здоровья и т.д. В образовательном процессе используются социально-активные и рефлексивные методы обучения, технологии социокультурной реабилитации с целью оказания помощи в установлении полноценных межличностных отношений с другими студентами, создании комфортного психологического климата в студенческой группе.

При обучении лиц с ограниченными возможностями здоровья электронное обучение и дистанционные образовательные технологии предусматривают возможность приема-передачи информации в доступных для них формах.

Обучающиеся из числа лиц с ограниченными возможностями здоровья обеспечены печатными и электронными образовательными ресурсами в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья.

**Автономная некоммерческая организация высшего образования
«МОСКОВСКИЙ МЕЖДУНАРОДНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»**

**ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ
ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ
ПО ДИСЦИПЛИНЕ**

Управление продуктом

<i>Направление подготовки</i>	Медиакоммуникации
<i>Код</i>	42.03.05
<i>Направленность (профиль)</i>	Продюсирование цифрового контента
<i>Квалификация выпускника</i>	бакалавр

1. Перечень кодов компетенций, формируемых дисциплиной в процессе освоения образовательной программы

Группа компетенций	Категория компетенций	Код
Профессиональные	-	ПК – 5
Профессиональные	-	ПК – 6
Профессиональные	-	ПК – 7
Профессиональные	-	ПК – 9

2. Компетенции и индикаторы их достижения

Код компетенции	Формулировка компетенции	Индикаторы достижения компетенции
ПК – 5	Способен участвовать в проектной деятельности по созданию концепций медиапроектов и их реализации	ПК-5.1. Умеет создавать индивидуальные и коллективные медиапроекты определенного формата в соответствии с потребностями целевой аудиторией СМИ ПК-5.2. Владеет навыками работы в команде при разработке коллективных медиапроектов. ПК-5.3. Способен создавать медиапроекты различной тематической направленности с использованием мультимедийных средств.
ПК – 6	Способен продвигать медиапродукт путем взаимодействия с социальными группами, организациями и персонами с помощью различных каналов коммуникации, учитывая тенденции развития отечественного и зарубежных медиарынков	ПК-6.1. Знает основы организации и проведения интегрированных маркетингово-коммуникационных кампаний ПК-6.2. Умеет планировать интегрированные маркетинговокоммуникационные кампании, применяющие мультимедийные и интерактивные средства ПК-6.3. Владеет навыками создания интегрированных маркетингово-коммуникационных кампаний, применяющих мультимедийные и интерактивные средства
ПК – 7	Способен организовывать и координировать процесс создания мультимедийного контента	ПК-7.1. Знает основы структурирования медиаорганизаций и принципы взаимодействия медиаорганизаций со внешней средой ПК-7.2. Умеет координировать работу технических, управленческих, творческих подразделений медиаорганизаций ПК-7.3. Владеет навыками выстраивания взаимодействия медиаорганизации со

		внешней средой
ПК - 9	Способен при содействии дизайнеров, программистов, специалистов в сфере информационных технологий создавать современные актуальные медиапродукты разных форматов	ПК-9.1 Знает существующие форматы мультимедиа для создания мультимедийных проектов. ПК-9.2 Умеет разрабатывать концепции технологий совместно с дизайнерами, IT специалистами, программистами ПК – 9.3 Может принимать участие в производственном процессе выпуска медиапроекта и (или) медиапродукта с применением современных мультимедийных технологий программных продуктов ПК-9.4. Владеет навыками проектирования информационных и программных продуктов

3. Описание планируемых результатов обучения по дисциплине и критериев оценки результатов обучения по дисциплине

3.1 Описание планируемых результатов обучения по дисциплине

Планируемые результаты обучения по дисциплине представлены дескрипторами (знания, умения, навыки).

Дескрипторы по дисциплине	Знать	Уметь	Владеть
Код компетенции	ПК - 5		
	- технологию подготовки журналистского текста; - принципы работы современной редакции	- использовать современные технологии для подачи текстовой информации; - «переупаковывать» материал для более эффективного восприятия с помощью различных мультимедийных форматов	- навыками работы с применением современных редакционных технологий
Код компетенции	ПК - 6		
	- основы организации и проведения интегрированных маркетингово-коммуникационных кампаний	- планировать интегрированные маркетингово-коммуникационные кампании, применяющие мультимедийные и интерактивные	- навыками создания интегрированных маркетингово-коммуникационных кампаний, применяющих мультимедийные и интерактивные

		средства	средства
Код компетенции	ПК - 7		
	- основы структурирования медиаорганизаций и принципы взаимодействия медиаорганизаций со внешней средой	-координировать работу технических, управленческих, творческих подразделений медиаорганизаций	-навыками коммуникации при взаимодействии с внешней средой
Код компетенции	ПК -9		
	как совместно с дизайнерами, программистами и специалистами в сфере информационных технологий создавать медиапродукты разных форматов	- разрабатывать концепции технологий	- навыками проектирования информационных и программных продуктов

3.2. Критерии оценки знаний студентов

Шкала оценивания	Индикаторы достижения	Показатели оценивания результатов обучения
ОТЛИЧНО/Зачтено	Знает:	- студент глубоко и всесторонне усвоил материал, уверенно, логично, последовательно и грамотно его излагает, опираясь на знания основной и дополнительной литературы, - на основе системных научных знаний делает квалифицированные выводы и обобщения, свободно оперирует категориями и понятиями.
	Умеет:	- студент умеет самостоятельно и правильно решать учебно-профессиональные задачи или задания, уверенно, логично, последовательно и аргументировано излагать свое решение, используя научные понятия, ссылаясь на нормативную базу.
	Владеет:	- студент владеет рациональными методами (с использованием рациональных методик) решения сложных профессиональных задач, представленных деловыми играми, кейсами и т.д.; При решении продемонстрировал навыки - выделения главного, - связкой теоретических положений с требованиями руководящих документов, - изложения мыслей в логической последовательности, - самостоятельного анализа факты, событий, явлений, процессов

		в их взаимосвязи и диалектическом развитии.
ХОРОШО/Зачтено	Знает:	- студент твердо усвоил материал, достаточно грамотно его излагает, опираясь на знания основной и дополнительной литературы, - затрудняется в формулировании квалифицированных выводов и обобщений, оперирует категориями и понятиями, но не всегда правильно их верифицирует.
	Умеет:	- студент умеет самостоятельно и в основном правильно решать учебно-профессиональные задачи или задания, уверенно, логично, последовательно и аргументировано излагать свое решение, не в полной мере используя научные понятия и ссылки на нормативную базу.
	Владеет:	- студент в целом владеет рациональными методами решения сложных профессиональных задач, представленных деловыми играми, кейсами и т.д.; При решении смог продемонстрировать достаточность, но не глубинность навыков - выделения главного, - изложения мыслей в логической последовательности. - связи теоретических положений с требованиями руководящих документов, - самостоятельного анализа факты, событий, явлений, процессов в их взаимосвязи и диалектическом развитии.
УДОВЛЕТВОРИТЕЛЬНО/Зачтено	Знает:	- студент ориентируется в материале, однако затрудняется в его изложении; - показывает недостаточность знаний основной и дополнительной литературы; - слабо аргументирует научные положения; - практически не способен сформулировать выводы и обобщения; - частично владеет системой понятий.
	Умеет:	- студент в основном умеет решить учебно-профессиональную задачу или задание, но допускает ошибки, слабо аргументирует свое решение, недостаточно использует научные понятия и руководящие документы.
	Владеет:	- студент владеет некоторыми рациональными методами решения сложных профессиональных задач, представленных деловыми играми, кейсами и т.д.; При решении продемонстрировал недостаточность навыков - выделения главного, - изложения мыслей в логической последовательности. - связи теоретических положений с требованиями руководящих документов, - самостоятельного анализа факты, событий, явлений, процессов в их взаимосвязи и диалектическом развитии.

НЕУДОВЛЕТВОРИТЕЛЬНО/Не зачтено	Знает:	- студент не усвоил значительной части материала; - не может аргументировать научные положения; - не формулирует квалифицированных выводов и обобщений; - не владеет системой понятий.
	Умеет:	студент не показал умение решать учебно-профессиональную задачу или задание.
	Владеет:	не выполнены требования, предъявляемые к навыкам, оцениваемым “удовлетворительно”.

При ответе на вопросы в рамках прохождения промежуточной аттестации (зачет/ зачет с оценкой/ экзамен) допускается вольная формулировка ответа, по смыслу раскрывающая содержание ответа, указанного в фонде оценочных средств, в качестве верного ответа.

4. Типовые контрольные задания (закрытого, открытого и иного типа) для проведения промежуточной аттестации, необходимые для оценки достижения компетенции, соотнесенной с результатами обучения по дисциплине

ТЕСТИРОВАНИЕ

- Какой элемент является ключевым при определении целевой аудитории продукта?
 - Демографические данные
 - Цвет продукта
 - Стоимость рекламы
 - Время года
- Что такое MVP (Minimum Viable Product) в контексте разработки продукта?
 - Самый дорогой продукт
 - Продукт с минимальным набором функций
 - Продукт, предназначенный для VIP-клиентов
 - Продукт, прошедший все стадии тестирования
- Какой метод используется для оценки эффективности рекламной кампании?
 - SWOT-анализ
 - PEST-анализ
 - ROI (Return on Investment)
 - BCG-матрица
- Что означает термин "кросс-платформенность" в медиаменеджменте?
 - Сотрудничество с конкурентами
 - Распространение контента через разные платформы
 - Использование разных форматов рекламы

- Г) Управление несколькими продуктами одновременно
5. Какой KPI (ключевой показатель эффективности) важен для оценки успеха медиапродукта?
- А) Количество страниц в каталоге
 - Б) Число подписчиков в социальных сетях
 - В) Время загрузки веб-сайта
 - Г) Цвет логотипа
6. Какой инструмент используется для анализа конкурентной среды в медиаменеджменте?
- А) Анализ Портера
 - Б) Балансовый отчет
 - В) Опрос потребителей
 - Г) Тестирование продукта
7. Что такое "бренд-позиционирование"?
- А) Размещение рекламы на билбордах
 - Б) Определение места продукта на рынке
 - В) Выбор цвета для логотипа
 - Г) Расстановка товаров в магазине
8. Какой процесс включает в себя идентификацию и анализ точек контакта с клиентом?
- А) Управление проектами
 - Б) Управление взаимоотношениями с клиентами (CRM)
 - В) Логистика
 - Г) Продажи
9. Что такое "контент-маркетинг"?
- А) Продажа контента
 - Б) Создание и распространение ценного контента
 - В) Маркетинг через социальные сети
 - Г) Реклама в СМИ
10. Какая стратегия используется для увеличения охвата аудитории?
- А) Снижение цен
 - Б) Улучшение качества продукта
 - В) Расширение каналов распространения
 - Г) Повышение зарплат сотрудникам
11. Какой инструмент анализа рынка помогает определить сильные и слабые стороны продукта?
- А) Анализ Портера
 - Б) SWOT-анализ
 - В) PEST-анализ
 - Г) Анализ цепочки создания стоимости
12. Что включает в себя понятие "продуктовый портфель"?
- А) Все продукты компании
 - Б) Один конкретный продукт
 - В) Продукты конкурентов
 - Г) Рекламные материалы продукта
13. Какая модель описывает жизненный цикл продукта?
- А) Модель Айды
 - Б) Модель 4P
 - В) Модель жизненного цикла продукта (PLC)
 - Г) Модель 5 сил Портера
14. Что такое "ценностное предложение" продукта?

- А) Стоимость продукта в денежном выражении
 - Б) Уникальное преимущество продукта
 - В) Количество продукта на складе
 - Г) Время, необходимое для создания продукта
15. Какой метод используется для определения цены продукта?
- А) Метод целевой прибыли
 - Б) Метод себестоимости плюс наценка
 - В) Метод последователя
 - Г) Метод лидера
16. Что такое "сегментация рынка"?
- А) Разделение рынка на отдельные группы потребителей
 - Б) Установление единой цены для всех продуктов
 - В) Выбор самого дешевого канала распространения
 - Г) Разработка универсального продукта для всех сегментов
17. Какой фактор является определяющим при выборе канала распространения?
- А) Цвет продукта
 - Б) Вкусовые предпочтения целевой аудитории
 - В) Доступность продукта для потребителя
 - Г) Сезонность продукта
18. Что такое "бренд-эквити"?
- А) Стоимость бренда в денежном выражении
 - Б) Доля рынка, которую занимает бренд
 - В) Восприятие бренда потребителями
 - Г) Количество рекламных акций бренда
19. Какой процесс включает в себя разработку новых идей для продукта?
- А) Брендинг
 - Б) Продвижение
 - В) Инновации
 - Г) Позиционирование
20. Какой термин описывает процесс привлечения внимания к продукту через различные каналы коммуникации?
- А) Реклама
 - Б) Продажи
 - В) Паблик рилейшнз (PR)
 - Г) Мерчандайзинг
21. Какой метод оценки эффективности рекламной кампании считается наиболее точным?
- А) Опросы потребителей
 - Б) Анализ конверсии
 - В) Измерение узнаваемости бренда
 - Г) Расчет ROI (возврат инвестиций)
22. Что такое "маркетинговый микс"?
- А) Сочетание различных видов рекламы
 - Б) Комбинация продукта, цены, места и продвижения
 - В) Смесь маркетинговых стратегий
 - Г) План распределения бюджета на маркетинг
23. Как называется процесс определения целевых потребителей продукта?
- А) Сегментация рынка
 - Б) Позиционирование
 - В) Таргетинг
 - Г) Брендинг

24. Какой элемент не является частью 4Р маркетингового микса?
- А) Продукт
 - Б) Цена
 - В) Продвижение
 - Г) Пакетирование
25. Что означает термин "USP" (уникальное торговое предложение)?
- А) Универсальные стандарты производства
 - Б) Уникальные сильные позиции
 - В) Уникальное торговое предложение
 - Г) Универсальные стратегии продаж
26. Какой инструмент используется для анализа конкурентной среды?
- А) SWOT-анализ
 - Б) Анализ Портера
 - В) BCG матрица
 - Г) Модель 4Р
27. Что такое "кросс-промоушн"?
- А) Продвижение продукта на кроссовках
 - Б) Совместное продвижение с другими брендами
 - В) Продвижение продукта через социальные сети
 - Г) Реклама продукта на транспорте
28. Какой термин описывает изменение восприятия бренда потребителями?
- А) Ребрендинг
 - Б) Позиционирование
 - В) Смена имиджа
 - Г) Маркетинговая кампания
29. Что такое "продуктовая линейка"?
- А) Последовательность выпуска продуктов
 - Б) Ассортимент продуктов одного бренда
 - В) Стратегия ценообразования
 - Г) План развития нового продукта
30. Какой процесс включает в себя анализ отзывов потребителей для улучшения продукта?
- А) Контроль качества
 - Б) Управление взаимоотношениями с клиентами (CRM)
 - В) Мониторинг социальных сетей
 - Г) Разработка продукта