

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.В.01.09 Управление разработкой и внедрением нового продукта

Специальность/направление подготовки: **38.03.02 Менеджмент**

Специализация/направленность(профиль): **Процессное управление организацией**

1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

1.1. Цели:

формирование у обучающихся знаний, навыков и умений в области разработки нового продукта и подбора инструментов

1.2. Задачи:

- изучить стадии разработки новых продуктов;
- овладеть приемами оценивания основных рисков, возникающих при разработке новых продуктов;
- овладеть приемами научного обоснования разработки и создания новых продуктов;
- сформировать навыки управления качеством разрабатываемого нового продукта с использованием современных методов;
- формирование навыки в области продвижения нового продукта на рынок.

2. ФОРМИРУЕМЫЕ КОМПЕТЕНЦИИ И ИНДИКАТОРЫ ИХ ДОСТИЖЕНИЯ

ПКС-1 : Способен документировать и систематизировать собранную информацию о кросс-функциональном процессе организации в соответствии с требованиями нормативно-методической документации

ПКС-1.1 : Знает принципы и правила работы с документами и с нормативно-методической документацией

ПКС-1.2 : Умеет агрегировать, структурировать и обобщать информацию с учетом локальных нормативных актов в области управления кросс-функциональными процессами и контролировать соответствие разработанных документов нормативно-методической документации

ПКС-1.3 : Владеет навыками документирования и обработки информации о кросс-функциональном процессе организации в соответствии с нормативно-методической документацией

3. КРАТКАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА СОДЕРЖАНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Код занятия	Темы, планируемые результаты их освоения	Семестр	Часов	Прак. подг.
1.1	<p>Тема 1. Теоретические основы управления разработкой и внедрения нового продукт Понятие нового продукта. Объективная необходимость разработки и реализации новых продуктов. Факторы, обуславливающие разработку и выведение на рынок нового продукта. Классификация новых товаров. Причины ускорения темпа и сокращения длительности цикла разработки новых товаров. Участники и источники инновационного создания продукта. Методы определения новых продуктов и степени их новизны. Знать: понятие нового продукта; критерии новизны объектов; методику исследования рынка нового продукта. /Лек/</p>	7	2	0
1.2	<p>Тема 1. Теоретические основы управления разработкой и внедрения нового продукт Понятие нового продукта. Объективная необходимость разработки и реализации новых продуктов. Факторы, обуславливающие разработку и выведение на рынок нового продукта. Классификация новых товаров. Причины ускорения темпа и сокращения длительности цикла разработки новых товаров. Участники и источники инновационного создания продукта. Методы определения новых продуктов и степени их новизны. Уметь: проводить маркетинговые исследования рынка нового продукта. Владеть: навыками определения емкости рынка нового продукта; навыками концептуализации нового товара и выбора концепции нового продукта среди остальных. /Пр/</p>	7	2	0
1.3	<p>Тема 1. Теоретические основы управления разработкой и внедрения нового продукт Понятие нового продукта. Объективная необходимость разработки и реализации новых продуктов. Факторы, обуславливающие разработку и выведение на рынок нового продукта. Классификация новых товаров. Причины ускорения темпа и сокращения длительности цикла разработки новых товаров. Участники и источники инновационного создания продукта. Методы определения новых продуктов и степени их новизны. Знать: понятие нового продукта; критерии новизны объектов; методику исследования рынка нового продукта. Уметь: проводить маркетинговые исследования рынка нового продукта. Владеть: навыками определения емкости рынка нового продукта; навыками концептуализации нового товара и выбора концепции нового продукта среди</p>	7	36	0


	остальных. /Ср/			
1.4	<p>Тема 2. Управление разработкой нового продукта. Планирование и организация разработки нового продукта. Сущность и методы планирования разработки и производства новых продуктов. Принципы разработки нового продукта. Алгоритм разработки и производства продукта-новинки. Факторы, приводящие к успеху нового продукта. Ключевые факторы успеха нового продукта. Показатели неудачи нового продукта. Причины провала новых продуктов. Виды рисков в продвижении новых продуктов на рынок. Методы анализа, применяемые в контрольной деятельности при разработке новых продуктов. Знать: процесс разработкой нового продукта; этапы инновационного процесса. /Лек/</p>	7	4	0
1.5	<p>Тема 2. Управление разработкой нового продукта. Планирование и организация разработки нового продукта. Сущность и методы планирования разработки и производства новых продуктов. Принципы разработки нового продукта. Алгоритм разработки и производства продукта-новинки. Факторы, приводящие к успеху нового продукта. Ключевые факторы успеха нового продукта. Показатели неудачи нового продукта. Причины провала новых продуктов. Виды рисков в продвижении новых продуктов на рынок. Методы анализа, применяемые в контрольной деятельности при разработке новых продуктов. Уметь: проектировать и структурировать последовательность работ по разработке нового продукта. Владеть: навыками концептуализации новых товара и выбора концепции нового продукта среди остальных; методами оценки рыночных рисков новых товаров. /Пр/</p>	7	4	0
1.6	<p>Тема 2. Управление разработкой нового продукта. Планирование и организация разработки нового продукта. Сущность и методы планирования разработки и производства новых продуктов. Принципы разработки нового продукта. Алгоритм разработки и производства продукта-новинки. Факторы, приводящие к успеху нового продукта. Ключевые факторы успеха нового продукта. Показатели неудачи нового продукта. Причины провала новых продуктов. Виды рисков в продвижении новых продуктов на рынок. Методы анализа, применяемые в контрольной деятельности при разработке новых продуктов. Уметь: проектировать и структурировать последовательность работ по разработке нового продукта. Владеть: навыками концептуализации новых товара и выбора концепции нового продукта среди остальных; методами оценки рыночных рисков новых товаров. /Лаб/</p>	7	6	2
1.7	<p>Тема 2. Управление разработкой нового продукта. Планирование и организация разработки нового продукта. Сущность и методы планирования разработки и производства новых продуктов. Принципы разработки нового продукта. Алгоритм разработки и производства продукта-новинки. Факторы, приводящие к успеху нового продукта. Ключевые факторы успеха нового продукта. Показатели неудачи нового продукта. Причины провала новых продуктов. Виды рисков в продвижении новых продуктов на рынок. Методы анализа, применяемые в контрольной деятельности при разработке новых продуктов. Знать: процесс разработкой нового продукта; этапы инновационного процесса. Уметь: проектировать и структурировать последовательность работ по разработке нового продукта. Владеть: навыками концептуализации новых товара и выбора концепции нового продукта среди остальных; методами оценки рыночных рисков новых товаров. /Ср/</p>	7	36	0
1.1	<p>Тема 3. Управление реализацией нового продукта. Позиционирование и продажа новых продуктов. Каналы реализации новых продуктами и критерии их выбора. Принципы успешной торговли новыми продуктами. Способы стимулирования сбыта как ключевого элемента маркетинговых коммуникаций. Факторы, оказывающие влияние на выбор вида маркетинговых коммуникаций в продвижении продукта-новинки. Повышение роли интернет-маркетинга в разработке и реализации нового продукта. Знать: алгоритм внедрения нового продукта. /Лек/</p>	7	4	0
1.2	<p>Тема 3. Управление реализацией нового продукта. Позиционирование и продажа новых продуктов. Каналы реализации новых продуктов и критерии их выбора. Принципы успешной торговли новыми продуктами. Способы стимулирования сбыта как ключевого элемента маркетинговых коммуникаций. Факторы, оказывающие влияние на выбор вида маркетинговых коммуникаций в продвижении продукта-новинки. Повышение</p>	7	4	0

	<p>роли интернет-маркетинга в разработке и реализации нового продукта. Уметь: разрабатывать маркетинговую политику организации по продвижению новой продукции на рынок; методами оценки конкурентоспособности новых продуктов. Владеть: навыками разработки маркетингового комплекса в продвижении нового продукта; методами оценки конкурентоспособности новых продуктов. /Пр/</p>			
1.3	<p>Тема 3. Управление реализацией нового продукта. Позиционирование и продажа новых продуктов. Каналы реализации новых продуктов и критерии их выбора. Принципы успешной торговли новыми продуктами. Способы стимулирования сбыта как ключевого элемента маркетинговых коммуникаций. Факторы, оказывающие влияние на выбор вида маркетинговых коммуникаций в продвижении продукта-новинки. Повышение роли интернет-маркетинга в разработке и реализации нового продукта. Уметь: разрабатывать маркетинговую политику организации по продвижению новой продукции на рынок; методами оценки конкурентоспособности новых продуктов. Владеть: навыками разработки маркетингового комплекса в продвижении нового продукта; методами оценки конкурентоспособности новых продуктов. /Лаб/</p>	7	6	2
1.4	<p>Тема 3. Управление реализацией нового продукта. Позиционирование и продажа новых продуктов. Каналы реализации новых продуктов и критерии их выбора. Принципы успешной торговли новыми продуктами. Способы стимулирования сбыта как ключевого элемента маркетинговых коммуникаций. Факторы, оказывающие влияние на выбор вида маркетинговых коммуникаций в продвижении продукта-новинки. Повышение роли интернет-маркетинга в разработке и реализации нового продукта. Знать: алгоритм внедрения нового продукта. Уметь: разрабатывать маркетинговую политику организации по продвижению новой продукции на рынок; методами оценки конкурентоспособности новых продуктов. Владеть: навыками разработки маркетингового комплекса в продвижении нового продукта; методами оценки конкурентоспособности новых продуктов. /Ср/</p>	7	36	0
1.5	<p>Тема 4. Оценка качества нового продукта. Методика измерения конкурентоспособности различных объектов. Показатели конкурентоспособности и их классификация. Определение показателей качества объектов. Определение численных значений показателей качества товара. Показатели качества услуг. Принципы оценки товаров. Порядок оценки. Общая схема оценки конкурентоспособности товара. Знать: теоретические основы и закономерности управления развитием нового продукта. /Лек/</p>	7	2	0
1.6	<p>Тема 4. Оценка качества нового продукта. Методика измерения конкурентоспособности различных объектов. Показатели конкурентоспособности и их классификация. Определение показателей качества объектов. Определение численных значений показателей качества товара. Показатели качества услуг. Принципы оценки товаров. Порядок оценки. Общая схема оценки конкурентоспособности товара. Уметь: применять методы оценки конкурентоспособности и качества новых продуктов. Владеть: методами оценки конкурентоспособности и качества новых продуктов. /Пр/</p>	7	2	0
1.7	<p>Тема 4. Оценка качества нового продукта. Методика измерения конкурентоспособности различных объектов. Показатели конкурентоспособности и их классификация. Определение показателей качества объектов. Определение численных значений показателей качества товара. Показатели качества услуг. Принципы оценки товаров. Порядок оценки. Общая схема оценки конкурентоспособности товара. Знать: теоретические основы и закономерности управления развитием нового продукта. Уметь: применять методы оценки конкурентоспособности и качества новых продуктов. Владеть: методами оценки конкурентоспособности и качества новых продуктов. /Ср/</p>	7	36	0
1.1	<p>Подготовка и проведение зачета с оценкой Знает принципы и правила работы с документами и с нормативно-методической документацией Умеет агрегировать, структурировать и обобщать информацию с учетом</p>	7	0	0

	локальных нормативных актов в области управления кросс-функциональными процессами и контролировать соответствие разработанных документов нормативно-методической документации Владеет навыками документирования и обработки информации о кросс-функциональном процессе организации в соответствии с нормативно-методической документацией /ЗаО/			
--	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--	--	--

4. ФОРМА ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

ЗаО: 7 семестр

Разработчик программы Мельникова Е.Н. 

И.о. зав. кафедрой Братишко Н.П. 