

Аннотация рабочей программы «УПРАВЛЕНИЕ РАЗРАБОТКОЙ И ВНЕДРЕНИЕМ НОВОГО ПРОДУКТА»

Дисциплина «Управление разработкой и внедрением нового продукта» относится к дисциплинам по выбору вариативного цикла блока Дисциплины (модули) подготовки студентов по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент направленности (профиля) программы «Антикризисный и финансовый менеджмент».

Дисциплина реализуется на факультете Экономики, менеджмента и права ЧОУ ВО «Ессентукский институт управления, бизнеса и права» кафедрой Менеджмента.

Дисциплина нацелена на формирование следующих компетенций выпускника:

- общепрофессиональных компетенций:

- способностью решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности (ОПК-7);

- профессиональных компетенций:

- владеть навыками стратегического анализа, разработки и осуществления стратегии организации, направленной на обеспечение конкурентоспособности (ПК-3);

- способностью анализировать взаимосвязи между функциональными стратегиями компаний с целью подготовки сбалансированных управленческих решений (ПК-5);

- способностью участвовать в управлении проектом, программой внедрения технологических и продуктовых инноваций или программой организационных изменений (ПК-6).

Цель дисциплины – научить студентов управлять маркетинговой информацией и использовать ее для принятия решений в деятельности предприятия по управлению разработкой и внедрением нового продукта.

Основные задачи дисциплины: приобретение студентами знаний, навыков и умений в области разработки нового продукта фирмы и подбора инструментов маркетинга, системы распределения, способствующего лучшему продвижению товаров и услуг.

В результате изучения содержания дисциплины «Управление разработкой и внедрением нового продукта» студент должен:

знать:

-основные понятия дисциплины;

-особенности товарной политики предприятия;

-особенности разработки товара;

-основные принципы управления товаром на предприятии;

-цели разработки и внедрения нового продукта.

уметь:

-применять теоретические навыки на практике;

-выявлять потребности в товарах и продуктах;

-оценивать рыночную ситуацию;

-адаптировать возможности предприятия к требованиям рынка в отношении товарной политики.

владеть:

-навыками поиска научной литературы, в т.ч. непереводной;

-управления, разработки и реализации товаров на предприятии;

-навыками представления результатов аналитической и исследовательской работы в виде выступления, доклада, презентации.

Основные разделы дисциплины:

Маркетинговые аспекты управления разработкой нового продукта. Планирование и организация разработки нового продукта. Контроль разработки нового продукта. Техно-экономический и функционально-стоимостной анализ нового продукта. Особенности

установления цен на новые товары. Жизненный цикл продукта. Позиционирование и продажа новых продуктов. Маркетинговые коммуникации при продвижении нового продукта.

Преподавание дисциплины предусматривает следующие формы организации учебного процесса: лекционные, практические занятия, самостоятельная работа студента, консультации, инновационные формы учебных занятий.

Программой дисциплины предусмотрены следующие виды контроля: текущий контроль успеваемости в форме опроса, письменного опроса, написание докладов и рефератов по предложенным темам, выполнение контрольной работы.

Промежуточный контроль осуществляется при завершении дисциплины в форме экзамена.

Объем работ (трудоемкость) дисциплины составляет 4 зачетные единицы / 144 часа.

Для студентов заочной формы обучения программой дисциплины предусмотрены лекционные занятия - 6 часов, практические - 14 часов, самостоятельная работа студента – 115 часов, экзамен - 9 часов.