

**Приложение 1**  
**к рабочей программе дисциплины**  
**«Управление разработкой и внедрением нового продукта»**

**Аннотация рабочей программы**

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 «Производственный 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:

**знатъ:**

- 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:**

1. Маркетинговые аспекты управления разработкой нового продукта

2. Планирование и организация разработки нового продукта
3. Контроль разработки нового продукта
4. Технико-экономический и функционально-стоимостной анализ нового продукта
5. Особенности установления цен на новые товары
6. Жизненный цикл продукта
7. Позиционирование и продажа новых продуктов
8. Маркетинговые коммуникации при продвижении нового продукта

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

Общая трудоемкость дисциплины составляет 108 часов, 3 зачетных единиц.

Вид промежуточной аттестации: зачет.

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