

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 «Экономика и управление на предприятии (нефтяной и газовой промышленности)».

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:

- *общефессиональных 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:

1. Маркетинговые аспекты управления разработкой нового продукта
2. Планирование и организация разработки нового продукта
3. Контроль разработки нового продукта
4. Техничко-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.

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.