

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ
Б1.В.ДВ.02.01 Управление инновационными продуктами

по направлению подготовки: 27.04.07 «Научоемкие технологии и экономика инноваций»

по профилю: «Управление инновациями и организация наукоемких производств»

Квалификация выпускника: магистр

Выпускающая кафедра: экономики и управления инновациями

Кафедра-разработчик рабочей программы: экономики и управления инновациями

1. Цели освоения дисциплины

Целью изучения дисциплины является освоение основ теории и методологии управления разработкой и маркетинговым продвижением инновационных продуктов.

2. Содержание дисциплины «Управление инновационными продуктами»

Тема 1. Продукт как объект управления

Тема 2. Управление жизненным циклом продукта

Тема 3. Управление разработкой и продвижением нового продукта

Тема 4. Организация системы продукт-менеджмента на предприятии

Тема 5. Анализ товарных рынков и прогнозирование объема продаж продукта

Тема 6. Управление продуктовой стратегией

3. В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

1) Знать:

а) место и роль продукт-менеджмента в системе маркетинговой и управленческой деятельности предприятия; принципы разработки инновационных продуктов; потребительские свойства продукта, определяющие его качество; факторы конкурентоспособности товаров и услуг на рынке; содержание процедуры маркетингового продвижения и сбыта товаров; элементы, функции и классификацию торговых марок;

б) состав и структуру системы продукт-менеджмента; содержание продуктовой политики как основы формирования и развития системы продукт-менеджмента; процедуру ресурсного и кадрового обеспечения системы продукт-менеджмента; конъюнктуру товарных рынков; содержание типовых продуктовых стратегий.

2) Уметь:

а) генерировать идеи по созданию новых продуктов; разрабатывать концепцию нового продукта; организовывать процесс разработки инновационного продукта и управлять его развитием и продвижением на всех этапах жизненного цикла; управлять ассортиментом марочных товаров;

б) планировать и развивать систему продукт-менеджмента на предприятии; организовывать процесс материально-технического и кадрового обеспечения системы продукт-менеджмента; исследовать потребности рынка и адаптировать продуктовую политику под его запросы; анализировать конкурентную среду и привлекательность товарного рынка; планировать номенклатуру и ассортимент товаров; прогнозировать занимаемый объем рынка; разрабатывать продуктовые стратегии.

3) Владеть:

а) навыками проектирования свойств и параметров продукта, отвечающих запросам потребителей на товарных рынках; методами и моделями управления жизненным циклом продукта; методологическими основами разработки инновационного продукта; основами бизнес-анализа и алгоритмами внедрения новых товаров на рынок;

б) навыками проектирования системы продукт-менеджмента предприятия; методами анализа конкурентов и привлекательности рынка; методикой прогнозирования объема рынка; алгоритмом разработки и реализации стратегических решений по разработке и продвижению инновационного продукта.

Зав. кафедрой ЭУИ



А.Н. Дырдонова