

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ

Б1.В.ДВ.02.01 Управление инновационными продуктами

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

по профилю/программе: «Управление инновациями и организация наукоёмких производств»

Квалификация выпускника: магистр

Выпускающая кафедра: экономики и управления инновациями

Кафедра-разработчик рабочей программы: экономики и управления инновациями

1. Цели освоения дисциплины

Цель освоения дисциплины «Управление инновационными продуктами» состоит в усвоении базовых (начальных) знаний, практических навыков и умений самостоятельной работы для получения и формирования новых знаний, приемов решения научных и технических задач; знакомстве со спецификой научной деятельности человека.

2. Содержание дисциплины «Управление инновационными продуктами»

Тема 1. Теоретические основы управления продуктами

Тема 2. Теоретические основы управления продуктами

Тема 3. Теоретические основы управления продуктами

Тема 4. Методологические аспекты продуктовой политики предприятия

Тема 5. Методологические аспекты продуктовой политики предприятия

Тема 6. Методологические аспекты продуктовой политики предприятия

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.

Заведующий кафедрой ЭУИ



А.Н. Дырдонова