

# **АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ**

## **УПРАВЛЕНИЕ ПРОДУКТОМ**

**Автор:** к.э.н, доцент С.П. Казаков

**Код и наименование направления подготовки, профиля:**

38.04.02 Менеджмент, «Маркетинговое управление»

**Квалификация (степень) выпускника:**

Магистр

**Цель освоения дисциплины:**

Сформировать компетенцию способностью оценивать конкурентную среду и разрабатывать маркетинговую стратегию предприятия.

**План курса:**

**Тема 1. Введение в управление продуктом (продукт-менеджмент)**

Товар в системе маркетинга, товар как ключевой элемент комплекса маркетинга, понятие жизненного цикла товара, матрица И.Анзоффа «Продукт-рынок», матрица БКГ «Продукт-портфолио», 3 уровня товара, этапы создания продукта на основе потребностей рынка и клиента, управление жизненным циклом продукта, маркетинговая классификация продуктов, эффективное использование данных о жизненном цикле продукта, позиционирование продукта, понимание ценностной цепи и роли каждого участника цепи.

**Тема 2. Организация и проведение исследований и аналитики потребностей на рынке**

Понятие рыночных исследований применительно к продукту. Различие общемаркетинговых и продуктовых исследований. Методология исследования, объекты исследования, предмет исследования, ситуационный анализ товарной политики предприятия: SWOT, PEST, GAP-анализ применительно к управлению продуктом.

**Тема 3. Планирование нового продукта**

Сегментация, таргетинг и позиционирование нового продукта, оценка существующих потребностей, разработка уникального товарного предложения как ключевого атрибута нового продукта, методы концептуализации идей нового продукта.

**Тема 4. Разработка нового продукта**

Планирование деятельности по разработке новой продукции (Roadmap). Методология генерирования идей нового продукта – метод фокальных объектов, ТРИЗ, «рыбная кость», скрининг идей нового продукта. Генерация идеи, скрининг идеи, разработка концепции и тестирование, разработка маркетинговой стратегии, анализ бизнес-процессов и себестоимости, разработка продукции (пробные образцы).

**Тема 5. Коммерциализация продукта и его вывод на рынок**

Рыночное тестирование образцов нового товара, коммерциализация: выбор марочного названия, разработка упаковки, основные правила маркировки товаров, составление плана по рекламе и продвижению новой продукции.

**Тема 6. Поддержка и сопровождение продукта в течение его рыночного жизненного цикла**

Реализация плана по рекламе и продвижению продукции, измерение эффективности рекламной кампании, разработка и реализация сбытовой стратегии, обучения торгового персонала, организация товарного дисплея и мерчандайзинга, аудит хода выполнения плана, корректировка плана продвижения.

**Тема 7. Организация службы НИОКР на предприятии**

Обязанности и функционал продукт-менеджера в отделе маркетинга предприятия, организация взаимодействия отдела маркетинга, службы НИОКР, производства и высшего менеджмента. Структура отдела НИОКР в зависимости от отрасли функционирования фирмы, виды структуры отдела, основные специалисты, задействованные в разработке новой продукции, их функции, обязанности и требования. КРІ отдела НИОКР.

**Формы текущего контроля и промежуточной аттестации:**

В ходе реализации дисциплины «Управление продуктом» используются следующие методы текущего контроля успеваемости обучающихся:

Тема	Методы текущего контроля успеваемости
Разработка нового продукта	Эссе
Поддержка и сопровождение продукта в течение его рыночного жизненного цикла	Диспут

Экзамен проводится с применением следующих методов (средств): экзамен в виде устного опроса с разбором типовых ситуаций.

**Основная литература:**

1. Дональд Р. Леманн. Управление продуктом. ЮНИТИ-ДАНА, 2012.  
<http://www.iprbookshop.ru/34441>
2. Ехлаков Ю.П. Организация бизнеса на рынке программных продуктов. Томский государственный университет систем управления и радиоэлектроники, 2012.  
<http://www.iprbookshop.ru/14017>