

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

«УПРАВЛЕНИЕ ПРОДУКТОМ»

Цель и задачи дисциплины

Целью дисциплины «Управление продуктом» является овладение студентами организационными знаниями и практическими навыками, направленными на создание и продвижение продуктов от производителей к потребителям для удовлетворения покупательского спроса и получения прибыли.

Задачи изучения дисциплины:

- освоение основ управления продуктом и продуктовой (товарной) политики компании;
- ознакомление с жизненным циклом товара и выстраиванием стратегии товара, реализуемой на разных стадиях его жизненного цикла;
- создание четкого представления о содержании и технологии процесса разработки нового продукта;
- изучение технологий продаж и основ разработки программ продвижения продукта;
- формирование профессиональных навыков в области управления продуктом.

Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения основной профессиональной образовательной программы

Код и наименование компетенции(ий) выпускника	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине
ПК-1 Способен использовать проектный подход при разработке стратегии продвижения в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»	ИПК 1.1 Имеет представление о проектной деятельности и принципах разработки стратегии. ИПК 1.2 Проектирует стратегию продвижения в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» ИПК 1.3 Формирует показатели эффективности продвижения в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»	Знать: основы управления продуктом. Уметь: проводить анализ маркетинговой информации и решать поставленные задачи. Владеть: навыками применения полученных знаний при решении профессиональных задач.

Содержание дисциплины

Наименование тем (разделов)
Тема 1. Теоретические основы управления продуктом

Тема 2. Анализ потенциала рынка и изучение условий конкуренции
Тема 3. Разработка нового продукта
Тема 4. Управление разработкой стратегии продукта
Тема 5. Управление технологиями продаж и разработка программ продвижения продукта
Тема 6. Финансово-экономический анализ продукта и разработка маркетингового плана

Форма контроля – экзамен.