

УТВЕРЖДАЮ
Первый проректор, проректор по
УР

_____ А.Е. Рудин

«21» 02 2023 года

Рабочая программа дисциплины

Б1.В.02 Разработка и продвижение на рынок нового продукта

Учебный план: 2023-2024 38.03.02 ИБК ППил ОО №1-1-137.plx

Кафедра: **29** Менеджмента

Направление подготовки:
(специальность) 38.03.02 Менеджмент

Профиль подготовки: Проектное предпринимательство и лидерство
(специализация)

Уровень образования: бакалавриат

Форма обучения: очная

План учебного процесса

Семестр (курс для ЗАО)	Контактная работа обучающихся		Сам. работа	Контроль, час.	Трудоём- кость, ЗЕТ	Форма промежуточной аттестации
	Лекции	Практ. занятия				
3	УП	34	34	39,75	0,25	Зачет
	РПД	34	34	39,75	0,25	
4	УП	17	34	66	27	Экзамен
	РПД	17	34	66	27	
Итого	УП	51	68	105,75	27,25	
	РПД	51	68	105,75	27,25	

Рабочая программа дисциплины составлена в соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент, утверждённым приказом Минобрнауки России от 12.08.2020 г. № 970

Составитель (и):

кандидат экономических наук, Доцент

Люби́менко
Игоревна

Анна

От кафедры составителя:

Заведующий кафедрой менеджмента

Титова Марина
Николаевна

От выпускающей кафедры:

Заведующий кафедрой

Титова Марина
Николаевна

Методический отдел:

1 ВВЕДЕНИЕ К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1 Цель дисциплины: Сформировать компетенции обучающихся в области разработки и продвижение на рынок нового продукта

1.2 Задачи дисциплины:

- Сформировать теоретические и практические знания о процессах разработки продукта,
- Научить взаимодействию с потребителями,
- Изучить аспекты продвижения нового продукта на рынок в современных условиях.

1.3 Требования к предварительной подготовке обучающегося:

Предварительная подготовка предполагает создание основы для формирования компетенций, указанных в п. 2, при изучении дисциплин:

- Теория организации
- Основы проектной деятельности
- Экономическая теория
- Деловые коммуникации и документирование
- Организационное поведение
- Основы современных технологий
- Математика
- История управленческой мысли

2 КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

ПК-2 : Способен анализировать, обосновывать и осуществлять выбор решения в сфере проектного предпринимательства
Знать: основные подходы и источники формирования идей новых продуктов
Уметь: устанавливать цели и проводить исследования рынка для разработки и продвижения нового продукта
Владеть: навыками применения методов дизайн-мышления к формулированию идей и разработке характеристик нового продукта

3 РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Наименование и содержание разделов, тем и учебных занятий	Семестр (курс для ЗАО)	Контактная работа		СР (часы)	Инновац. формы занятий	Форма текущего контроля
		Лек. (часы)	Пр. (часы)			
Раздел 1. Теоретические основы управления разработкой и внедрением нового продукта	3					Э
Тема 1. Понятие нового продукта. Объективная необходимость разработки и реализации новых продуктов. Соотношение категорий "новый продукт", "нововведение", "инновация" Практическое занятие - заслушивание эссе		4	4	4		
Тема 2. Классификация новых товаров. Причины ускорения темпа и сокращения длительности цикла разработки новых товаров. Участники и источники инновационного создания продукта. Практическое занятие - Методы определения новых продуктов и степени их новизны		4	4	6	ИЛ	
Тема 3. Процесс разработки маркетинговой программы по созданию и продвижению продукта-новинки. Определение емкости рынка нового продукта. Практическое занятие - Бизнес-анализ разработки нового продукта.		4	4	5		
Раздел 2. Управление разработкой нового продукта						Э

Тема 4. Планирование и организация разработки нового продукта. Практическое занятие - Алгоритм разработки новой продукции.	4	4	4		
Тема 5. Процесс разработки концепции товара, её развития в концепцию торговой марки и проверки на группе целевых потребителей. Практическое занятие - семинар по теме лекции.	4	4	2	ИЛ	
Тема 6. Контроль разработки нового продукта. Особенности контроля разработки новых продуктов Практическое занятие - семинар по теме лекции	2	2	2		
Раздел 3. Управление рисками нового продукта					
Тема 7. Причины успехов и неудач новых продуктов практическое занятие - заслушивание эссе по темам.	2	2	2		Э
Тема 8. Факторы риска новой продукции на этапах жизненного цикла товара Практическое занятие - семинар по теме лекции	2	2	2		

Тема 9. Типовые ошибки при разработке новых продуктов. Методы управления рисками. Практическое занятие - семинар по теме лекции	2	2	4,75	ИЛ	
Раздел 4. Установление цен на новый продукт					
Тема 10. Концепция жизненного цикла товара. Установление цен на разных стадиях жизненного цикла. Практическое занятие - семинар по теме лекции	2	2	4		
Тема 11. Методы ценообразования. Определение цен на новый продукт на базе затрат, спроса, конкуренции, параметров качества. Практическое занятие - семинар по теме лекции	2	2	2	ИЛ	Э
Тема 12. Ценовая политика организации и разработка ценовых стратегий на новые товары. Практическое занятие - семинар по теме лекции	2	2	2		
Итого в семестре (на курсе для ЗАО)	34	34	39,75		
Консультации и промежуточная аттестация (Зачет)	0,25				
Раздел 5. Позиционирование и продвижение нового продукта					
Тема 13. Позиционирование нового товара. Практическое занятие - Параметры и факторы позиционирования.	2	4	8		
Тема 14. Методы оценки конкурентоспособности новой продукции. Модели "профиль идеального товара", "паутинообразная модель конкурентоспособности". Практическое занятие - семинар по теме лекции	2	4	8	ИЛ	Э

Тема 15. Политика продвижения нового продукта. Средства, методы и каналы продвижения. Практическое занятие - семинар по теме лекции	2	4	8		
Раздел 6. Управление реализацией нового продукта					
Тема 16. Сбытовая политика организации. Факторы, определяющие политику сбыта. Практическое занятие - семинар по теме лекции	2	4	8		
Тема 17. Классификация и характеристики каналов сбыта. роль посредников в реализации нового продукта. Практическое занятие - семинар по теме лекции	2	4	8	ИЛ	Э
Тема 18. Методы стимулирования сбыта новой продукции. Практическое занятие - семинар по теме лекции	2	4	8		
Раздел 7. Стратегическое планирование новой продукции и ассортимента					
Тема 19. Товарная политика организации. Практическое занятие - Факторы, определяющие товарную политику.	2	2	6		Э

Тема 20. Показатели ассортимента товаров. Практическое занятие - Факторы, определяющие выбор ассортимента.	1	4	6	ИЛ	
Тема 21. Стратегические ассортиментные матрицы. Практическое занятие - Факторы, определяющие выбор стратегии.	2	4	6		
Итого в семестре (на курсе для ЗАО)	17	34	66		
Консультации и промежуточная аттестация (Экзамен)	2,5		24,5		
Всего контактная работа и СР по дисциплине	121,75		130,25		

4 КУРСОВОЕ ПРОЕКТИРОВАНИЕ

Курсовое проектирование учебным планом не предусмотрено

5. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

5.1 Описание показателей, критериев и системы оценивания результатов обучения

5.1.1 Показатели оценивания

Код компетенции	Показатели оценивания результатов обучения	Наименование оценочного средства
ПК-2	<p>Дает характеристику источникам информации о новых продуктах, потребителях, конкурентах, новых идеях и технологиях и методы ее сбора, систематизации и анализа</p> <p>Проводит анализ рыночных факторов и условий, влияющих на принятие маркетинговых, финансовых, территориальных решений в проектом предпринимательстве</p> <p>Демонстрирует навык принятия решений при планировании, оценке и реализации предпринимательского проекта с учётом целевых показателей</p>	Вопросы для устного собеседования практико-ориентированные задания

5.1.2 Система и критерии оценивания

Шкала оценивания	Критерии оценивания сформированности компетенций	
	Устное собеседование	Письменная работа

5 (отлично)	Полный, исчерпывающий ответ, демонстрирующий глубокое понимание предмета и широкую эрудицию в оцениваемой области. Критический, оригинальный подход к материалу. Используются специальные термины и профессиональная лексика. Сделаны выводы и обобщения. Информация актуализирована.
4 (хорошо)	Ответ полный, основанный на проработке всех обязательных источников информации. Подход к материалу ответственный, но стандартный. Присутствуют небольшие пробелы в знаниях или несущественные ошибки
3 (удовлетворительно)	Ответ воспроизводит в основном только лекционные материалы, без самостоятельной работы с рекомендованной литературой. Демонстрирует понимание предмета в целом, без углубления в детали. Не используется / используется ошибочно профессиональная лексика. Присутствуют существенные ошибки или пробелы в знаниях по некоторым темам
2 (неудовлетворительно)	Неспособность ответить на вопрос без помощи экзаменатора. Незнание

	значительной части принципиально важных элементов дисциплины. Многочисленные грубые ошибки. Непонимание заданного вопроса. Неспособность сформулировать хотя бы отдельные концепции дисциплины. Попытка списывания, использования неразрешенных технических устройств или пользования подсказкой другого человека (вне зависимости от успешности такой попытки).
Зачтено	Полный, исчерпывающий ответ, явно демонстрирующий глубокое понимание предмета в оцениваемой области. Все заданные вопросы освещены в необходимой полноте и с требуемым качеством. Ошибки отсутствуют. Самостоятельная работа проведена в достаточном объеме, но ограничивается только основными рекомендованными источниками информации.
Не зачтено	Неспособность ответить на вопрос без помощи экзаменатора. Незнание значительной части принципиально важных элементов дисциплины. Многочисленные грубые ошибки. Отсутствие одного или нескольких обязательных элементов задания, либо многочисленные грубые ошибки в работе, либо грубое нарушение правил оформления или сроков представления работы.

5.2 Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности

5.2.1 Перечень контрольных вопросов

№ п/п	Формулировки вопросов
Семестр 3	
1	Понятие, сущность и роль новой продукции.

2	Классификация и функции инноваций.
3	Этапы и фазы разработки и реализации инноваций на стадиях развития нововведений.
4	Методы поиска инновационных идей.
5	Сравнение открытия и инновации по ряду признаков.
6	Особенности ценообразования на инновационную продукцию.
7	Основные функции и свойства инновации.
8	Формы инновационного процесса и диффузия инноваций.
9	Классификация и виды рисков в инновационной деятельности
10	Формирование маркетинговой программы создания инноваций.
11	Консервативный и радикальный метод выбора продукта
12	Маркетинговое исследование по новому продукту
13	Исследование спроса и ёмкости рынка
14	Анализ продавцов и покупателей инноваций
15	Прогнозные оценки маркетинговой информации. Выводы, перспективы, риски.
16	Характеристика инновации как товара. Жизненный цикл продуктовых инноваций и стратегические решения на его этапах.
17	Процесс становления нового продукта: анализ стратегии организации, генерирование и отбор идей, бизнес-анализ, разработка продукта и его рыночное тестирование, коммерциализация нового продукта.
18	Пути ускорения разработки инновационных продуктов. Брендинг и стратегии торговой марки новых товаров
19	Ценовые стратегии и методика определения цены на базисную, улучшающую и рационализирующую продуктовую инновацию.
20	Назначение, структура и виды маркетинговой информации об инновациях.

Семестр 4	
21	Инновационное дополнение товара: упаковка, сопутствующие услуги, сервисное обслуживание. Взаимодействие элементов коммуникации для продвижения инновационных продуктов и технологий.
22	Организация системы сбыта нового продукта: выбор схемы сбыта и торговых посредников.
23	Инновации в условиях постановки продукта и закрепления его на рынке.
24	Прямой и интерактивный маркетинг
25	Сегментация потребителей и позиционирование инновации как метод определения неудовлетворенных потребностей и запросов.
26	Анализ конкуренции и каналов сбыта. Корпоративный (внутренний) анализ.
27	Методы продвижения и стимулирования сбыта новой продукции.
28	Товарная политика организации. Стратегическая матрица БКГ-1.
29	Принципы формирования товарной политики компании.
30	Показатели ассортимента организации. Направления развития ассортимента.
31	Методы оценки конкурентоспособности нового продукта на рынке.

5.2.2 Типовые тестовые задания

5.2.3 Типовые практико-ориентированные задания (задачи, кейсы)

1. Результаты реализации инновации описываются следующими параметрами: убыток 30 млн.руб. (вероятность 10%), убыток 10 млн. руб. (вероятность 20%), прибыль 5 млн. руб.

(вероятность 40%), прибыль 20 млн. руб. (вероятность 20%), прибыль 40 млн. руб. (вероятность 10%).

Определите шанс безубыточности проекта.

- а) 3.9%;
- б) 52%;
- в) 61%;
- г) 48%.

2. Результаты реализации инновации описываются следующими значениями прибыли: 5 млрд.руб. (вероятность 10%), 15 млрд. руб. (вероятность 10%), 50 млрд. руб. (вероятность 50%), 70 млн. руб. (вероятность 20%), 90 млн. руб. (вероятность 10%). Определите риск того, что прибыль проекта окажется ниже 60 млрд. руб.

- а) 58%;
- б) 52%;
- в) 42%;
- г) 48%.

5.3 Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, владений (навыков и (или) практического опыта деятельности)

5.3.1 Условия допуска обучающегося к промежуточной аттестации и порядок ликвидации академической задолженности

Проведение промежуточной аттестации регламентировано локальным нормативным актом СПбГУПТД «Положение о проведении текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся»

5.3.2 Форма проведения промежуточной аттестации по дисциплине

Устная

Письменная

+

Компьютерное тестирование

Иная

5.3.3 Особенности проведения промежуточной аттестации по дисциплине

Экзамен проводится в письменной форме по утвержденным вопросам, билет включает два вопроса и практико-ориентированное задание. Использование вспомогательных и справочных материалов студентом не допускается.

6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ**6.1 Учебная литература**

Автор	Заглавие	Издательство	Год издания	Ссылка
6.1.1 Основная учебная литература				
Серпухова, Е. П., Сайманова, О. Г.	Бизнес-планирование для организации предпринимательской деятельности	Самара: Самарский государственный технический университет, ЭБС АСВ	2019	https://www.iprbooks.hop.ru/111603.html
Шамис, В. А., Левкин, Г. Г.	Маркетинг в отраслях и сферах деятельности	Москва: Ай Пи Ар Медиа	2023	https://www.iprbooks.hop.ru/124747.html
Мазилкина, Е. И.	Бизнес-планирование	Москва: Ай Пи Ар Медиа	2023	https://www.iprbooks.hop.ru/127568.html
Мазилкина, Е. И.	Маркетинг в отраслях и сферах деятельности	Москва: Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа	2019	http://www.iprbookshop.ru/83143.html
Полякова, Т. В.	Планирование производства	Новосибирск: Золотой колос	2018	http://www.iprbookshop.ru/109513.html
6.1.2 Дополнительная учебная литература				
Лужнова, Н. В., Калиева, О. М., Мантрова, М. С.	Стратегический маркетинг	Оренбург: Оренбургский государственный университет, ЭБС АСВ	2015	http://www.iprbookshop.ru/61409.html
Шабашова, Л. А.	Маркетинг промышленного предприятия	Симферополь: Университет экономики и управления	2016	http://www.iprbookshop.ru/54707.html
Шкурко, В. Е., Никитина, И. Ю., Гребенкин, А. В.	Бизнес-планирование в предпринимательской деятельности	Екатеринбург: Уральский федеральный университет, ЭБС АСВ	2016	http://www.iprbookshop.ru/65916.html
Елкина О. С., Синявец Т. Д., Катунина Н. В., Веретено А. А.,	Управление маркетингом на предприятии	Омск: Омский государственный университет им. Ф.М. Достоевского	2016	http://www.iprbookshop.ru/59667.html
Донченко, Л. В., Щербакова, Е. В., Ольховатов, Е. А.	Маркетинг пищевой продукции	Саратов: Вузовское образование	2018	http://www.iprbookshop.ru/77013.html

6.2 Перечень профессиональных баз данных и информационно-справочных систем

Электронно-библиотечная система IPRbooks. URL:<http://iprbookshop.ru/>.

Электронная библиотека учебных изданий СПбГУПТД. URL:<http://publish.sutd.ru/>.

Информационная система «Единое окно доступа к образовательным ресурсам» [Электронный ресурс]. URL:<http://window.edu.ru/>.

6.3 Перечень лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения

MicrosoftOfficeProfessional

Microsoft Office Standart Russian Open No Level Academic

Microsoft Windows

Microsoft Windows Home Russian Open No Level Academic Legalization Get Genuine (GGK) + Microsoft Windows Professional (Pro – профессиональная) Russian Upgrade Open No Level Academic

Microsoft Windows Professional Upgrade Академическая лицензия

СПС КонсультантПлюс

6.4 Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине

Аудитория	Оснащение
Лекционная аудитория	Мультимедийное оборудование, специализированная мебель, доска
Учебная аудитория	Специализированная мебель, доска