

«СОЗДАНИЕ И ВЫВЕДЕНИЕ НА РЫНОК НОВЫХ ТОВАРОВ И УСЛУГ»

Б1.В.ОД.9

Дисциплина «Создание и выведение на рынок новых товаров и услуг» предназначена для студентов, обучающихся по направлению подготовки 38.04.02 «Менеджмент», профиль «Современные маркетинговые коммуникации», квалификации магистр, входит в вариативную часть обязательных дисциплин блока 1.

1. Цели и задачи дисциплины

Целью изучения дисциплины «Создание и выведение на рынок новых товаров и услуг» является формирование у обучающихся комплексного представления о создании и выведения на рынок новых товаров и услуг.

Основными задачами дисциплины являются:

представление обучающимся целостной картины создания и выведения на рынок новых товаров и услуг;

развитие навыков применения методов экономического и стратегического анализа поведения экономических агентов и рынков в глобальной среде;

приобретение умений использовать полученные знания в профессиональной деятельности и формирование необходимых компетенций.

2. Место дисциплины в структуре ОП магистратуры

Дисциплина «Создание и выведение на рынок новых товаров и услуг» относится к вариативной части обязательных дисциплин магистерской программы «Аналитический маркетинг» по направлению 38.04.02 «Менеджмент».

Дисциплина «Создание и выведение на рынок новых товаров и услуг» изучается одновременно с дисциплинами: «Маркетинг-менеджмент», «Творчество в маркетинговых коммуникациях», «Общая теория маркетинговых коммуникаций», «Маркетинг и брендинг территорий», «Теория организации и организационного проектирования»

Дисциплина «Создание и выведение на рынок новых товаров и услуг» является основой для изучения следующих дисциплин: «Управленческая экономика», «Экономические основы маркетинговых решений», «Эконометрика (продвинутый уровень)», «Стратегии брендинга и бренд-менеджмента», «Корпоративные финансы (продвинутый уровень)», «Поведение потребителей в современной экономике».

В результате изучения курса обучающийся должен знать основное содержание методов экономического и стратегического анализа поведения экономических агентов и рынков в глобальной среде в части: организации процедур создания инноваций; организации процедур создания и разработки нового товара; организации процесса разработки торговой марки; организации процесса разработки услуг.

3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины

В данном разделе содержится описание перечня планируемых результатов обучения по дисциплине «Создание и выведение на рынок новых товаров и услуг», соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы 38.04.02 «Менеджмент» программы «Современные маркетинговые коммуникации».

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование элементов следующей компетенции в соответствии с ФГОС ВО по направлению подготовки:

ПК-5 - владение методами экономического и стратегического анализа поведения экономических агентов и рынков в глобальной среде.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Знать основное содержание методов экономического и стратегического анализа поведения экономических агентов и рынков в глобальной среде в части: организации процедур создания инноваций; организации процедур создания и разработки нового товара; организации процесса разработки торговой марки; организации процесса разработки услуг.

Уметь применять теоретические и эмпирические методы экономического и стратегического анализа поведения экономических агентов и рынков в глобальной среде в части: организации процедур создания инноваций; организации процедур создания и разработки нового товара; организации процесса разработки торговой марки; организации процесса разработки услуг.

Владеть навыками применения методов экономического и стратегического анализа поведения экономических агентов и рынков в глобальной среде в части: организации процедур создания инноваций; организации процедур создания и разработки нового товара; организации процесса разработки торговой марки; организации процесса разработки услуг.

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетные единицы, 108 часов.