

Аннотация дисциплины

«Управление продуктами исследованиями»

Цель дисциплины:

формирование у студентов систематизированных теоретических знаний о продукте как основополагающей категории маркетинга и практических навыков, связанных с процессом управления продуктом на различных этапах жизненного цикла.

Место дисциплины в структуре ОП: Дисциплина относится к части, формируемой участниками образовательных отношений, профиля и цикла профиля (элективного), профиля «Менеджмент продуктов» дисциплин учебного плана направления подготовки 38.03.02 «Менеджмент» профиль «Управление бизнесом (менеджмент продуктов)», бакалавриат, очная форма обучения.

Краткое содержание дисциплины: Базовые концепции формирования продуктовой политики компании на основе мультиатрибутивной модели продукта, оценки конкурентоспособности продукта, изучения рынка, изучения конкурентов, анализа стратегических позиций продукта и стратегии позиционирования продукта на рынке. Комбинация вещественных продуктов (hardware) и услуг (software). Стратегия ЖЦТ. Формирование продуктового и ценностного предложения. Вопросы управления разработкой нового продукта, управления ассортиментом продуктов и продуктами категориями; управления марочной политикой компании. Аналитическое обеспечение управления продуктом. Документы, регламентирующие бизнес-процессы управления продуктами исследованиями, в том числе сбор и обработка информации. Функциональные обязанности продакт-менеджеров и бренд-менеджеров. Организационные структуры управления продуктами и брендинговыми структурными подразделениями. Эффективность управления продуктами исследованиями.