

Аннотация
рабочей программы учебной дисциплины
«Управление продуктом»

1. Цель дисциплины:

управления исследованиями, разработками и инновациями, способности рассматривать инновационный процесс в комплексе инструментария маркетинга на протяжении всего его развития и эффективно управлять им.

Содержание дисциплины:

- Изучение потребностей клиентов
- Исследование рынка (макроэкономические факторы, факторы успеха в отрасли, наличие конкурентов)
- Оценка потенциала рынка
- Подготовка и защита бизнес-кейса по продукту (бизнес- планирование)
- Разработка стратегии и стратегических целей продукта / линии продуктов (сегментирование, позиционирование)
- Трансляция потребностей клиентов разработчикам продукта
- Поиск решения проблемы клиента совместно с разработчиками
- Неформальное управление рабочей группой по созданию продукта
- Разработка спецификаций на продукт
- Тестирование продукта
- Координация закупок
- Логистика
- Разработка тактического плана вывода на рынок / поддержки продукта («4P»)- Обучение отдела продаж, дистрибьюторов
- Разработка всего спектра маркетинговых материалов
- Реклама, PR
- Неформальная координация отдела продаж
- Выполнение квартального / годового плана продаж
- Мерчандайзинг (этим занимается сам менеджер по продукту?)
- Контроль расходов и доходов продукта (отчет о прибылях и убытках — P&L)
- Разработка маркетинговых сообщений для клиентов
- Сбор и анализ обратной связи по продукту
- Анализ продаж и эффективности рекламы