

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Куижева Саида Казбековна
Должность: Ректор
Дата подписания: 15.06.2023 16:19:54
Уникальный программный ключ:
71183e1134ef9cfa69b206d480271b3e1a973e0f

Аннотация
учебной дисциплины «Б1.В.ДВ.06.01 Стратегия продукта»
направления подготовки бакалавров 38.03.02 Менеджмент
Дисциплина учебного плана подготовки бакалавра по направлению
38.03.02 Менеджмент, профиль менеджмент

Цель курса «Стратегия продукта» - изучение и анализ теоретических основ маркетинга студентами для подготовки к принятию квалифицированных решений в сфере маркетинга.

Для реализации поставленной цели необходимо решить следующие **задачи**:

- знать основы процесса управления стратегией продукта, а именно анализ рыночных возможностей, отбор целевых рынков, разработка комплекса маркетинга и претворение в жизнь маркетинговых мероприятий.
- иметь представление об основах системы маркетинговых исследований и маркетинговой информации.
- владеть методикой определения ценовой и сбытовой политики предприятия.
- изучить методы разработки эффективной коммуникации и комплексного бюджета стимулирования.
- рассмотреть процесс стратегического планирования и контроля.

Основные блоки и темы дисциплины: Основным лозунгом маркетингового подхода в управлении научно-технической деятельностью, производством и сбытом для любой фирмы является производить то, что продается, а не продавать то, что производится. Иными словами, прежде чем производить, фирма должна провести тщательное изучение потребностей конкретных потребителей. На изучение и удовлетворение этих потребностей и направлена дисциплина «Стратегия продукта».

Учебная дисциплина является базовой дисциплиной и связана с другими экономическими дисциплинами, в которых рассматриваются вопросы анализа и прогнозирования развития субъектов рыночной экономики.

В результате изучения дисциплины бакалавр должен обладать следующими компетенциями и функциями трудовыми:

Учебная дисциплина «Стратегия продукта» входит в перечень курсов профессионального цикла базовой части ОП.

В результате освоения дисциплины бакалавр должен:

ОПК-1 Владение навыками поиска, анализа и использования нормативных и правовых документов в своей профессиональной деятельности;

Знать: основную законодательную и нормативно-правовую базу РФ, а также наиболее важные общепринятые в мире социально-экономические права и обязанности человека и организации;

основы юридической терминологии, применяемой в экономике.

Уметь: ориентироваться в системе законодательных и нормативно-правовых актов РФ регламентирующих сферу общественной, профессиональной деятельности и предпринимательской деятельности

Владеть: навыками работы с законодательными и нормативно-правовыми актами и подготовки основных корпоративных документов.

ПК-8 Владение навыками документального оформления решений в управлении операционной (производственной) деятельности организаций при внедрении технологических, продуктовых инноваций или организационных изменений

Знать: перечень и возможности применения методов и программных средств обработки деловой информации.

Уметь: применять методы и программные средства обработки деловой информации; использовать современные методы организации планирования операционной (производственной) деятельности.

Владеть: навыками и приемами взаимодействия со службами информационных технологий, использования корпоративных информационных систем.

Дисциплина «Стратегия продукта» изучается посредством лекций, все разделы программы закрепляются практическими занятиями, выполнением расчетной работы «Деловая игра», контрольных работ, самостоятельной работы над учебной и научно-технической литературой и завершается зачетом.

Общая трудоемкость дисциплины составляет 108 часов, 3 зачетных единицы.

Вид промежуточной аттестации: зачет.

Разработчик



Савицкая И.М.

/ Зав. выпускающей кафедрой
по направлению (специальности)



Задорожная Л.И.