

КАРТОЧКА ТОВАРА

Приложение №. 1 в Регламент № 3/07/2020
13 июля 2020 года *На карточке модели*
в Высшей школе управления
в Варшаве

I. ОБЩИЕ ОСНОВНЫЕ СВЕДЕНИЯ О ПРЕДМЕТЕ (МОДУЛЬ)										
ВЫВОД НА РЫНОК НОВОГО ПРОДУКТА										
Название организационного подразделения, ведущего курс:			Факультет управления и технических наук							
Наименование направления подготовки, уровень образования:			Менеджмент, первый цикл							
Профиль обучения:			Общеакадемический							
Наименование специальности:			-							
Тип учебного модуля:			Предмет по выбору							
Год/семестр:			Год 2 Семестр 3							
Лицо, координирующее тему:			Профессор Альфреда Каминьска							
Предпосылки (вытекающие из последовательности пунктов):			Знания, умения и компетенции, приобретенные в результате преподавания маркетинга и смежных дисциплин							
II. ФОРМЫ ЗАНЯТИЙ И КОЛИЧЕСТВО ЧАСОВ										
	Лекция	Упражнение	Семинар	Лаборатория	Мастерская	Проект	Семинар	Консультация	Экзамен / Сдача	Общее количество часов
Очная форма обучения	15	15								30
Заочная форма обучения	10	10								20
III. МЕТОДИКА ПЕДАГОГИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ										
Формы занятий			Дидактические методы							
Лекция			Лекции, предполагающие гипотетико-дедуктивное мышление слушателей. Мультимедийные презентации, дискуссии, мозговой штурм, кейс-стади, проблемные методы, работа с литературой.							
Практиковал			Активация методов, проблемных задач, проекта							
IV. ОБЪЕКТИВНЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ОТНОШЕНИЮ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОБУЧЕНИЯ В ОБЛАСТИ ОБУЧЕНИЯ И ОБЛАСТЯХ										
Лп.	Описание рассматриваемых результатов обучения								Ссылка на направленный эффект	
Знание:										
1.	Знает и понимает жизненный цикл продукта в более глубокой степени								ZO1_W01 P6S_WG	
2.	Знает и глубоко разбирается в маркетинговых методах и инструментах для вывода нового продукта на рынок								ZO1_W07 P6S_WG	
3.	Знает и понимает инновации в продуктах и связанные с ними правовые условия								ZO1_W10 P6S_WG	

КАРТОЧКА ТОВАРА

Приложение №. 1 в Регламент № 3/07/2020
13 июля 2020 года *На карточке модели*
в Высшей школе управления
в Варшаве

4.	Знает и глубоко разбирается в IT, статистических маркетинговых инструментах, используемых при внедрении нового продукта на рынок	ZO1_W11 P6S_WG
Способности:		
1	Умеет умело использовать источники знаний относительно вывода нового продукта на рынок	ZO1_U01 P6S_UW
2	Может творчески и инновационно применять знания в области маркетинга, включая вывод продукта на рынок	ZO1_U04 P6S_UW
3	Умеет делать выбор и использовать современные информационно-коммуникационные методы, а также маркетинговые и статистические методы при внедрении нового продукта на рынок	ZO1_U08 P6S_UW P6S_UK
4	Может использовать инструменты маркетинг-микса при внедрении нового продукта на рынок	ZO1_U12 P6S_UW
Социальные компетенции:		
1	Готов признать важность знаний в решении познавательных и практических задач	ZO1_K01 P6S_KK
2	Готов мыслить и действовать по-предпринимательски Готов работать в команде, беря на себя различные роли и функции m.in. лидер, лидер, новатор	ZO1_K06 P6S_KO
V. СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ПРОГРАММЫ (ОБУЧЕНИЕ)		
Лп.	Лекция:	Ссылка на рассматриваемые результаты обучения
1.	Суть новинки. Жизненный цикл продукта.	ZO1_W01
2.	Инновации в продуктах. Инновационный процесс.	ZO1_W07
3.	Важность маркетинговых исследований в выводе продукции на рынок.	ZO1_W10
4.	Сегментация клиентов.	ZO1_W11
5.	Подбор идей. Боковой маркетинг.	ZO1_U01
6.	Разработка и тестирование концепции нового продукта.	ZO1_U04
7.	Позиционирование продукта.	ZO1_U08
8.	Виды и функции упаковки.	ZO1_U12
9.	Маркетинговые стратегии развития продукта (цена, дистрибуция, маркетинговые коммуникации, персонал).	ZO1_K01
10.	Экономический анализ проекта.	ZO1_K06
11.	Тестирование опытных образцов/пробных серий нового продукта.	
12.	Тестирование рынка. Вывод на рынок нового продукта.	
13.	НИТ, статистические и маркетинговые инструменты, используемые при внедрении нового продукта на рынок	
Лп.	Упражнения/мастер-классы:	Ссылка на рассматриваемые результаты обучения

КАРТОЧКА ТОВАРА

Приложение №. 1 в Регламент № 3/07/2020
13 июля 2020 года *На карточке модели*
в Высшей школе управления
в Варшаве

1	Инновации в продуктах.	ZO1_W01 ZO1_W07 ZO1_W10 ZO1_W11 ZO1_U01 ZO1_U04 ZO1_U08 ZO1_U12 ZO1_K01 ZO1_K06		
2	Маркетинговые исследования - вывод продукции на рынок.			
3	Сегментация клиентов.			
4	Подбор идей. Боковой маркетинг.			
5	Разработка и тестирование концепции нового продукта.			
6	Позиционирование продукта.			
7	Виды и функции упаковки.			
8	Маркетинговые стратегии развития продукта (цена, дистрибуция, маркетинговые коммуникации, персонал).			
9	Анализ рентабельности проекта.			
10	Тестирование опытных образцов/пробных серий нового продукта.			
VI. МЕТОДЫ ОЦЕНКИ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ				
Результаты обучения	Метод верификации	Форма занятий, в которых проверяется EUS (Результат обучения)		
Знание:				
ZO1_W01 ZO1_W07 ZO1_W10 ZO1_W11	Письменный экзамен, оценка projektu, активность во время занятий	Лекция/Учебные пособия		
Способности:				
ZO1_U01 ZO1_U04 ZO1_U08 ZO1_U12	Письменный экзамен, оценка проекта, активность во время занятий	Лекция/Учебные пособия		
Социальные компетенции:				
ZO1_K01 ZO1_K06	Оценка проекта, активность во время занятий	Лекция/Учебные пособия		
VII. КРИТЕРИИ ОЦЕНКИ ДОСТИГНУТЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ				
Результаты обучения	Неудовлетворительная оценка Студент не знает и не понимает/не может/не готов:	Диапазон оценок 3,0-3,5 Студент знает и понимает /может/готов:	Диапазон оценок 4,0-4,5 Студент знает и понимает /может/готов:	Очень хорошая оценка Студент знает и понимает /может/готов:
Для каждого из результатов обучения, определенных для модуля с точки зрения знаний, умений и компетенций	Студент получает менее 50% макс. количества баллов за данный эффект	Студент получает от 50 до 59% макс. количество баллов за заданный эффект на оценку 3 и Студент получает от 60 до 69% макс. количество баллов за заданный эффект за оценку 3,5	Ученик получает от 70 до 79% макс. количество баллов за данный эффект за 4 класс, и Студент получает от 80 до 89% макс. количество баллов за данный эффект на оценку 4.5	Студент получает более 89% макс. количества баллов за заданный эффект

КАРТОЧКА ТОВАРА

Приложение №. 1 в Регламент № 3/07/2020
13 июля 2020 года *На карточке модели*
в Высшей школе управления
в Варшаве

VIII. НАГРУЗКА СТУДЕНТА – КОЛИЧЕСТВО ЧАСОВ И БАЛАНС КРЕДИТОВ ECTS				
Вид деятельности ECTS		Студенческая нагрузка		
		Учёба Стационарный	Заочная форма обучения	
Участие в дидактических мероприятиях (лекции, упражнения, учебные пособия, проект, лаборатории, мастер-классы, семинары) – СУММА часов – с пункта II		30	20	
Экзамен / Сдача		1	1	
Участие в консультации		1	1	
Проект / Эссе		10	10	
Самостоятельная подготовка к дидактическим занятиям		4	9	
Подготовка к прохождению урока		4	9	
Общая нагрузка студентов (25 часов = 1 ECTS) ОБЩЕЕ КОЛИЧЕСТВО часов/ECTS		2кредита ECTS / 50 часов	2 кредита ECTS / 50 часов	
Нагрузка ученика на занятиях в непосредственном контакте с преподавателем		30	20	
Нагрузка студентов на практических занятиях				
Нагрузка студентов на занятиях практической профессиональной подготовки				
Студенческая нагрузка на занятиях по подготовке к исследованиям		20	30	
IX. ЛИТЕРАТУРА И ДРУГИЕ ДИДАКТИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ				
Основная литература:				
. Тротт, Управление инновациями и разработка новых продуктов, Харлоу (и др.): Пирсон, 2017 Мангалам Нандакумар, Бережливое управление продуктами, Helion 2019				
Дополнительная литература:				
Рутковски И.. «Разработка новых продуктов». Методы и детерминанты, PWE, Варшава, 2007 г.				
Я. Брдулак, Управление знаниями и процесс разработки инновационных продуктов, Варшавская школа экономики, Варшава 2005				
А. Сосновска (ред.), Управление новым продуктом, Варшавская школа экономики, Варшава 2003				
Управление новыми продуктами / под редакцией Алисии Сосновской. - Варшава : Oficyna Wydawnicza Szkoła Główna Handlowa, [2000].				
Управление продуктом / Jace L. Białoń (ред.), Маркетинг. Основные проблемы, WSM, Варшава 2011				
Х. Мрук, И. Рутковски, Продуктовая стратегия, PWE, Варшава, 2001 г.				
Б. Сойкин (ред.), Управление продуктом, PWE, Варшава 2003k Kall. - Варшава : PWE, 2001				
Другие учебные материалы:				
Журналы: "Маркетинг в практике", "Маркетинг и рынок"				
Веб-сайты, в том числе: https://marketingprzykawie.pl/				