

**Правительство Российской Федерации**

**Федерального государственного автономного образовательного  
учреждения высшего профессионального образования  
"Национальный исследовательский университет  
"Высшая школа экономики"  
Нижегородский филиал**

Факультет менеджмента

**Программа научно-исследовательского семинара  
«Разработка и вывод на рынок нового товара»**

для направления 080500.68 «Менеджмент»,  
магистерской программы «Маркетинг»  
(подготовка магистра)

Авторы Фоменков Денис Александрович, к.э.н., доцент  
Александровский Сергей Владимирович, к.э.н., ст. преподаватель

Одобрена на заседании кафедры маркетинга «\_\_\_»\_\_\_\_\_ 2011г.  
Зав. кафедрой Д. А. Фоменков

Рекомендована секцией УМС "Менеджмент" «\_\_\_»\_\_\_\_\_ 2011г.  
Председатель Т.В. Радаев

Утверждена УМС НИУ ВШЭ – Нижний Новгород «\_\_\_»\_\_\_\_\_ 2011г.  
Председатель Н.С. Петрухин

Нижний Новгород 2011

## 1 Область применения и нормативные ссылки

Настоящая программа Научно-исследовательского семинара (далее – НИС) устанавливает минимальные требования к знаниям и умениям студента и определяет содержание и виды учебных занятий и отчетности.

Программа предназначена для преподавателей, ведущих НИС, учебных ассистентов и студентов направления подготовки 080500.68 "Менеджмент", обучающихся по магистерской программе «Маркетинг» и изучающих НИС «Разработка и вывод на рынок нового товара».

Программа разработана в соответствии с:

- Федеральным Государственным образовательным стандартом высшего профессионального образования по направлению подготовки 080200 Менеджмент (Квалификация (степень) магистр (приказ от 18 ноября 2009 г. N 636) Образовательной программой направления 080500.68 "Менеджмент", магистерская программа «Маркетинг»;
- Концепцией магистерской программы «Маркетинг».
- Рабочим учебным планом университета по направлению подготовки 080500.68 «Менеджмент», утвержденным в 2011 г.

## 2 Цели освоения НИС

Целью НИС «Разработка и вывод на рынок нового товара» является создание компетенций в области комплексного управления межфункциональным процессом создания нового товара с последующим его продвижением на рынке.

Основные задачи научно-исследовательского семинара:

1. Ознакомить студентов с актуальными зарубежными и российскими исследованиями в области маркетинга нового товара.
2. Обозначить основную проблематику, рассматриваемую в рамках научно-исследовательского семинара, и провести профориентационную работу, которая поможет студентам осознанно выбрать направление, тему исследования и компанию для реализации консультационно-исследовательского проекта.
3. Обучить студентов навыкам научно-исследовательской работы, включая определение проблемы; составление обзора литературы; формулирование гипотез; планирование, организацию и проведение эмпирического исследования; обработку данных; количественный и качественный анализ данных; тестирование гипотез и формулировку основных выводов; оформление магистерской диссертации и подготовка публикаций.
4. Обсудить планы, проекты и готовые исследовательские работы студентов.
5. Выработать у студентов навыки научной дискуссии и презентации исследовательских результатов.
6. Содействовать включению студентов в профессиональное сообщество.

Конечная задача семинара – сделать исследовательскую и проектную работу студентов постоянным и систематическим элементом учебного процесса.

Часы НИС учитываются в учебной нагрузке преподавателей, проводящих занятия в соответствии с порядком, установленным в НИУ ВШЭ.

Компетенции обучающегося, формируемые в результате участия в НИС.

В результате освоения НИС студент должен:

- *Знать*
  - особенности маркетинга нового товара;

- особенности процесса разработки нового товара в контекстах крупного бизнеса и среднего и малого бизнеса;
  - приоритеты в развитии маркетинговой науки;
  - основные методы и этапы подготовки магистерской диссертации.
- *Уметь*
    - формулировать научные проблемы в области маркетинга нового товара;
    - аргументировано представлять свою точку зрения по вопросам маркетинга;
    - методически правильно выстраивать содержание магистерской диссертации, эффективно использовать научно-исследовательский инструментарий;
    - самостоятельно осуществлять поиск информационных источников по заданной теме.
  - *Иметь навыки (приобрести опыт):*
    - подготовки и проведения презентаций результатов научных исследований;
    - работы в команде, формируемой для решения поставленной проблемы, задачи.

В результате освоения НИС студент осваивает следующие компетенции:

Компетенция	Код по ФГОС/НИУ	Дескрипторы – основные признаки освоения (показатели достижения результата)	Формы и методы обучения, способствующие формированию и развитию компетенции
Способность развивать свой личностный и творческий потенциал, самостоятельно осваивать новые виды деятельности	ОК-1	Обосновывает свою точку зрения; оценивает другие мнения по обсуждаемой теме; использует представленные инструменты.	Лекционный курс. Семинары в диалоговом режиме. Дискуссии. Деловые и ролевые игры. Разбора конкретных ситуаций (кейсы из российской и зарубежной практики). Психологические тренинги.
Способность формировать и развивать социальные и деловые взаимоотношения в интернациональной и мультикультурной среде современного общества	ОК-2	Распознает особенности работы в мультикультурной команде, с учетом культурных особенностей обосновывает свою точку зрения, оценивает и интерпретирует обратную связь.	Телеконференции с проектными командами из зарубежных университетов. Лекционный курс. Семинары в диалоговом режиме. Дискуссии. Деловые и ролевые игры. Разбора конкретных ситуаций (кейсы из российской и зарубежной практики). Психологические тренинги.
Способность проявлять	ОК-4	Демонстрирует лидерские	Лекционный курс.

Компетенция	Код по ФГОС/ НИУ	Дескрипторы – основные признаки освоения (показатели достижения результата)	Формы и методы обучения, способствующие формированию и развитию компетенции
инициативу и брать на себя ответственность за принятие решений, в том числе в нестандартных ситуациях		качества в процессе работы над проектом, в проактивной форме работает в проектной группе.	Семинары в диалоговом режиме. Дискуссии. Деловые и ролевые игры. Разбора конкретных ситуаций (кейсы из российской и зарубежной практики). Анализ стартап проектов (из университетов, биз-нес-инкубаторов, спи-нофф компании корпора-ций). Психологические тренинги.
Способность принимать решения и организовывать работу в условиях риска и неопределенности	ОК-5	Демонстрирует умение работать в команде, использует предлагаемые инструменты для принятия управленческих решений и оценки рисков.	Лекционный курс. Семинары в диалоговом режиме. Дискуссии. Деловые и ролевые игры. Разбора конкретных ситуаций (кейсы из российской и зарубежной практики). Психологические тренинги.
Способность выявлять и формулировать актуальные научные проблемы, обобщать и критически оценивать результаты, полученные отечественными и зарубежными исследователями по избранной теме	ПК-1	Воспроизводит актуальные проблемы и тренды в сфере маркетинга и предпринимательства. Интерпретирует и оценивает результаты отечественных и зарубежных исследований. Обосновывает необходимость выбранных направлений совершенствования, предлагаемых в магистерской диссертации (студенческих НИРС) на основе проведенного анализа отечественных и зарубежных исследований выбранной области.	Лекционный курс. Семинары в диалоговом режиме. Дискуссии. Деловые и ролевые игры. Разбора конкретных ситуаций (кейсы из российской и зарубежной практики). Психологические тренинги.
Способность выявить данные, необходимые для решения поставленных исследовательских задач; осуществить сбор данных, как в полевых условиях, так и из основных источников	ПК-2	Демонстрирует навыки определения данных для решения исследовательской задачи. Владеет методами сбора и анализа данных.	Лекционный курс. Семинары в диалоговом режиме. Дискуссии. Деловые и ролевые игры. Разбора конкретных ситуаций (кейсы из российской и зарубежной практики). Психологические

Компетенция	Код по ФГОС/ НИУ	Дескрипторы – основные признаки освоения (показатели достижения результата)	Формы и методы обучения, способствующие формированию и развитию компетенции
социально-экономической информации: отчетности организаций различных форм собственности, ведомств и т.д., баз данных, журналов, и др., анализ и обработку этих данных, данных отечественной и зарубежной статистики о социально-экономических процессах и явлениях			тренинги.
Владение методами количественного и качественного анализа и моделирования, теоретического и экспериментального исследования	ПК-4	Применяет методы количественного и качественного анализа для решения исследовательских задач с применением современных программ статистической обработки данных. Использует при разработке плана подготовки магистерской диссертации различные научные методы, демонстрирует умение их использовать при защите магистерской диссертации.	Лекционный курс. Семинары в диалоговом режиме. Дискуссии. Деловые и ролевые игры. Разбора конкретных ситуаций (кейсы из российской и зарубежной практики). Психологические тренинги.
Способность представлять результаты проведенного исследования в виде отчета, статьи или доклада	ПК-5	Демонстрирует навыки презентации проекта. Представляет результаты в виде отчета и рекомендаций	Лекционный курс. Семинары в диалоговом режиме. Дискуссии. Деловые и ролевые игры. Разбора конкретных ситуаций (кейсы из российской и зарубежной практики). Психологические тренинги.
Способность управлять организациями, сетями, подразделениями, проектами и, группами сотрудников, отдельными работниками и иными объектами управления	ПК-10	Распознает основные модели управления в компании. Демонстрирует навыки управления межфункциональной командой.	Лекционный курс. Семинары в диалоговом режиме. Дискуссии. Деловые и ролевые игры. Разбора конкретных ситуаций (кейсы из российской и зарубежной практики). Психологические тренинги.

Компетенция	Код по ФГОС/ НИУ	Дескрипторы – основные признаки освоения (показатели достижения результата)	Формы и методы обучения, способствующие формированию и развитию компетенции
Способность разрабатывать корпоративную, деловую и функциональные стратегии деятельности и развития организации	ПК-12	Применяет инструменты маркетингового анализа для разработки корпоративной стратегии в области управления продуктовым портфелем и разработки новых товаров для вывода на рынок, представляет взаимосвязь маркетинга с другими функциональными подразделениями в стратегическом процессе, обосновывает выбор маркетинговой стратегии.	Лекционный курс. Семинары в диалоговом режиме. Дискуссии. Деловые и ролевые игры. Разбора конкретных ситуаций (кейсы из российской и зарубежной практики). Психологические тренинги.
Способность разрабатывать программы организационного развития и обеспечивать их реализацию	ПК-14	Воспроизводит основные организационные механизмы, обеспечивающие реализацию программ развития.	Лекционный курс. Семинары в диалоговом режиме. Дискуссии. Деловые и ролевые игры. Разбора конкретных ситуаций (кейсы из российской и зарубежной практики). Психологические тренинги.
Способность находить и оценивать новые рыночные возможности, формировать и оценивать бизнес-идеи, разрабатывать бизнес-планы создания нового бизнеса	ПК-16	Распознает тип предпринимательской возможности и обосновывает применение различных инструментов маркетингового анализа. Знает методы оценки и анализа спроса на новый товар. Владеет методами конкурентного анализа.	Лекционный курс. Семинары в диалоговом режиме. Дискуссии. Деловые и ролевые игры. Разбора конкретных ситуаций (кейсы из российской и зарубежной практики). Психологические тренинги.
Способность выявить данные, необходимые для решения поставленных задач; осуществить сбор данных и их обработку	ПК-17	Знает основные источники данных для решения поставленных задач. Способен осуществить сбор данных для проведения оценки. Владеет инструментарием для проведения кабинетного исследования, анкетирования и интервьюирования в соответствии с выбранной программой.	Лекционный курс. Семинары в диалоговом режиме. Дискуссии. Деловые и ролевые игры. Разбора конкретных ситуаций (кейсы из российской и зарубежной практики). Психологические тренинги.
Способность сформировать и управлять коллективом для реализации	ПК-20	Владеет навыками управления командой для реализации консультационного проекта по разработке маркетинговой	Лекционный курс. Семинары в диалоговом режиме. Дискуссии. Деловые и ролевые игры.

Компетенция	Код по ФГОС/НИУ	Дескрипторы – основные признаки освоения (показатели достижения результата)	Формы и методы обучения, способствующие формированию и развитию компетенции
консультационного проекта		стратегии.	Разбора конкретных ситуаций (кейсы из российской и зарубежной практики). Психологические тренинги.
Способность представлять результаты проведенного исследования в виде отчета, по консультационному проекту	ПК-22	Знает структуру отчета консультационного проекта по маркетинговой оценке проекта.	Лекционный курс. Семинары в диалоговом режиме. Дискуссии. Деловые и ролевые игры. Разбора конкретных ситуаций (кейсы из российской и зарубежной практики). Психологические тренинги.

### 3 Тематический план НИС

#### 2 курс

№	Название раздела	Всего часов	Аудиторные часы			Самостоятельная работа
			Лекции	Семинары	Практические занятия	
1	Опыт выведение нового товара.	30		10		20
2	Организация event-мероприятий при выводе на рынок нового товара.	28		8		20
3	Опыт продвижения в социальных медиа.	26		8		18
4	Создание интернет-ресурса.	26		10		16
5	Опыт создания стартапа.	28		8		20
6	Маркетинговые исследования при выведении нового товара на рынок	32		12		20
7	Маркетинговые коммуникации для компаний малого и среднего бизнеса.	32		12		20
8	Продажи нового товара.	22		8		14
9	Написание магистерской диссертации.	26		8		18
10	Правила презентации магистерской диссертации.	38		20		18
<b>Итого часов</b>		<b>288</b>		<b>104</b>		<b>184</b>

### 4 Формы контроля знаний студентов

Тип контроля	Форма контроля	1 год				Параметры
		1	2	3	4	

Итоговый	Зачет			11	устный зачет по вопросам, сформулированным на базе прослушанных лекций и проведенных практических занятий.
----------	-------	--	--	----	--

## 5 Содержание НИС

### 2 курс

#### Раздел 1. Опыт выведение нового товара.

Описание работы над проектом выведения нового продукта. Опыт малых, средних и крупных компаний по выведению новых товаров на рынок. Управление проектом выведения нового товара (услуги). Работа над проектом нового товара в проектной команде и проектной группе. Методы оценки рыночного потенциала (исследование, разработка и тестирование прототипа). Составление структуры брифа на разработку проекта по выведению нового товара. Заполнение брифа и работа с источниками информации (работа с вторичными данными). Презентация и согласование проекта выведения нового проекта Заказчику (инвестору, руководству).

#### Литература по разделу

1. A. Osterwalder, Y. Pigneur (2010) Business Model Generation: A Handbook for Visionaries, Game Changers, and Challengers , Wiley.
2. A. J. Shenhar, D. Dvir (2007) Reinventing Project Management: The Diamond Approach to Successful Growth & Innovation, Business School Press.

#### Раздел 2. Организация event-мероприятий при выводе на рынок нового товара.

Цели и задачи мероприятий, форматы (специальные, корпоративные, промо и др.). Методы разработки идей и творческой составляющей, планирование (подготовка планов, графиков работы) и составление бюджета. Подбор и обучение персонала. Транспорт и логистика. Обслуживание на мероприятии (встреча, кейтеринг, гид и др.). Работа с партнерами и подрядчиками (аренда площадки, оборудования и т.п.). Техническое оснащение, оформление места проведения, привлечение и работа со спонсорами (типы спонсорства, составление спонсорского пакета). Участие в мероприятиях, организованных другими компаниями (выставки, конференции и т.п.) в качестве спонсора и участника. Продвижение мероприятия (поддерживающие коммуникации), оценка эффективности.

#### Литература по разделу

1. А. Шумович , Смешать, но не взбалтывать. Рецепты организации мероприятий. – М, 2011.
2. J. Goldblatt (2010) Special Events: A New Generation and the Next Frontier (The Wiley Event Management Series), Wiley.

#### Раздел 3. Опыт продвижения в социальных медиа.



Роль социальных медиа в медиа-миксе современной компании малого и среднего бизнеса, стартап-проекта. Цели и задачи социальных медиа. Основные инструменты социальных медиа. Концепция «собственных, заработанных, купленных медиа» компании Forrester. Задачи социальных медиа и типы аудиторий для взаимодействия. Российский и зарубежный опыт использования социальных медиа для целей продвижения компании. Инструменты оценки эффективности продвижения в социальных медиа.

Литература по разделу

1. Эффект стрекозы. Все об улетных промо-кампаниях в социальных сетях, Дж. Аакер, Э. Смит, Альпина Юнайтед Пресс, 2011.
2. Engage, Revised and Updated: The Complete Guide for Brands and Businesses to Build, Cultivate, and Measure Success in the New Web, Brian Solis, Wiley, 2011.

#### **Раздел 4. Создание интернет-ресурса.**

Виды интернет ресурсов. Цели и задачи интернет ресурсов. Интернет-маркетинг. Создание интернет-ресурсов при выводе нового товара на рынок. Создание технического задания на разработку интернет-ресурса.

Литература по разделу

1. Dave Chaffey, Fiona Ellis-Chadwick, Richard Mayer, Kevin Johnston (2009) Internet marketing: strategy, implementation and practice, Pearson Education.
2. Shawn Collins, Missy Ward (2010) Internet Marketing from the Real Experts, Morgan James Publishing.
3. Susan Sweeney, Andy MacLellan, Ed Dorey (2006) 3G Marketing on the Internet, Seventh Edition: Third Generation Internet Marketing Strategies for Online Success, Maximum Press.

#### **Раздел 5. Опыт создания стартапа.**

Основные этапы создания стартапа от идеи до реализации и продажи инвестору. Работа по привлечению финансирования в проект. Основные ошибки работы в стартап-проекте на разных этапах его жизненного цикла: российский и зарубежный опыт. Цели и задачи участия в общероссийских мероприятиях для стартап-проектов. Структура презентации идеи (продукта, проекта) на мероприятиях разного типа. Выход из проекта. Личный опыт создания стартап-проектов для услуги коллективной покупки подарков, конструктора прослушивания новостей (по запросу), агентства для продвижения в цифровых медиа.

Литература по разделу

1. Guy Kawasaki (2011) Enchantment: The Art of Changing Hearts, Minds, and Actions, Portfolio Hardcover.
2. Дж. Фрайд, Д. Х. Хенссон Rework. Бизнес без предрассудков. - изд-во Манн Иванов и Фербер, 2011.

## **Раздел 6. Маркетинговые исследования при выведении нового товара на рынок.**

Роль исследований при выводе новых товаров на высокотехнологичных рынках и рынках FMCG. Market research expenditures & market research staffing. Aligning market research with type of innovation. Маркетинговые исследования в процессе модификации товара. Customer visits programs. Elements of effective customer visit programs. Empathic design. Insights from empathic design. Process to conduct empathic design. Исследование lead-users. Steps in the lead user process. Conjoint analysis. Quality function deployment. Implementation of quality function deployment. Biomimicry. Пять критериев оценки стартап возможности на высокотехнологичном рынке. Денежный потенциал рынка, на который ориентируется стартап возможность (total available market). Приближающиеся разрывы в развитии рынка. Время выхода (зрелость необходимой экосистемы для нового товара). Исследование возможных бизнес-моделей. Ideo и маркетинговые исследования.

### Литература по разделу

1. Jakki J. Mohr, Sanjit Sengupta, Stanley F. Slater (2009) Marketing of High-Technology Products and Innovations, Jakki Mohr.
2. Allen, K.R. (2003) Bringing New Technology to Market, Upper Saddle River, Prentice Hall.
3. John Hauser, Gerard J. Tellis, Abbie Griffin (2005), Research on Innovation: A Review and Agenda for Marketing Science, Marketing Science, Vol. 25, No. 6, November-December 2006, pp. 687-717
4. Paul Trott (2003), Innovation and Market Research, The International Handbook on Innovation
5. Harald Wirtz, Markus Janssen (2010), Development and Marketing of Solar Innovations: A Case Study, J. Technol. Manag. Innov. 2010, Volume 5, Issue 2

## **Раздел 7. Маркетинговые коммуникации для компаний малого и среднего бизнеса.**

Исследование предпочтений инструментов маркетинговых коммуникаций среди инновационных компаний малого и среднего бизнеса в России и за рубежом. Разработка медиа-микса для инновационных компаний малого и среднего бизнеса. Концепция нейтрального и открытого медиа-планирования. Современные аспекты покупательского поведения и их влияние на структуру маркетинговых коммуникаций компании. Управление слухами, комментариями, рекомендациями. Сетевые эффекты и вирусные коммуникации.

### Литература по разделу

1. Барьеры развития инновационного предпринимательства в нижегородской области, Александровский С.В., Бутрюмова Н.Н., Назаров М. Г. // Финансовая аналитика. Проблемы и решения. – 2011. - № 48 (дек.) – С. 21-33 (1 п.л.)
2. The Anatomy of Buzz Revisited: Real-life lessons in Word-of-Mouth Marketing, E. Rosen, Crown Business, 2009.
3. The consumer decision journey, D. Court, D. Elzinga, S. Mulder, O. J. Vetvik, McKinsey Quarterly, June 2009.
4. Ripple Effect, M. Oetting, Gabler, 2009.

## **Раздел 8. Продажи нового товара.**

Опыт организации отдела продаж для нового товара. Специализация продаж. Структуры службы продаж. Достоинства и недостатки различных структур системы продаж. Структура с выделением ключевых клиентов. Базисные принципы современного планирования системы продаж. Общая схема планирования продаж. Индивидуальный план торгового сотрудника.

Литература по разделу:

1. Joseph F. Hair, Rolph E. Anderson, Barry J. Babin, Rajiv Mehta (2008), Sales Management: Building Customer Relationships and Partnerships, Cengage Learning.
2. Mathur, U.C. (2008), Sales Management, New Age International.
3. Kumar, V., N. K. Leman, A. Parasuraman (2006), Managing customers for value: An overview and research agenda, Journal of Service Research, Vol.9, No.2, p.87–94.

## **Раздел 9. Написание магистерской диссертации.**

Структура магистерской диссертации. Основные типы магистерских диссертаций. Научно-исследовательский и проектно аналитический тип магистерской диссертации. Рассмотрение примеров успешных магистерских диссертаций. Сбор данных для магистерской диссертации. Эффективное планирование работы с научным руководителем. Требования к оформлению магистерских диссертаций.

Литература по разделу

1. Образовательный стандарт федерального государственного автономного образовательного учреждения высшего профессионального образования «Национального исследовательского университета «Высшая школа экономики» по направлению подготовки 080200.68 «Менеджмент», уровень подготовки: Магистр.
2. Методические рекомендации по подготовке ВКР.

## **Раздел 10. Правила презентации магистерской диссертации.**

Общие правила презентации магистерских диссертаций. Анализ презентаций магистерских диссертаций. Рекомендации по улучшению презентаций.

Литература по разделу

1. Радаев В.В. 2001. Как организовать и представить исследовательский проект: 75 простых правил. – М.: ГУ-ВШЭ: ИНФРА-М.
2. Tom Negrino (2006) Creating a presentation in PowerPoint. Visual quickproject guide, Peachpit Press.
3. Robin Williams (2009) The Non-Designer's Presentation Book, Peachpit Press.

## **6 Образовательные технологии**

В ходе проведения семинаров используются следующие образовательные технологии: деловые и ролевые игры, разбор практических задач и кейсов, психологические тренинги. Кроме

этого в рамках НИС предусмотрены встречи с представителями российских и зарубежных инновационных компаний, специалистами по рекламе и продвижению, мастер-классы экспертов и специалистов и посещение тематических конференций и форумов.

## **7 Порядок формирования оценок по НИС**

Преподаватель каждого раздела оценивает работу студентов на семинарских и практических занятиях. Оценки за работу на семинарских и практических занятиях преподаватель выставляет в рабочую ведомость. По итогам работы по блоку преподаватель выставляет итоговую оценку блока. Результирующая оценка за семинар учитывает результаты деятельности студента по каждому разделу.

$$O_{\text{итоговый}} = \frac{\sum_{i=1}^{10} O_{i-\text{зачет}}}{10}$$

Способ округления результирующей оценки по учебной дисциплине: арифметический.

## **8 Материально-техническое обеспечение НИС**

Аппаратура для просмотра фильма: проектор, экран, ноутбук, колонки. Аппаратура для лекций и семинаров: проектор, экран, ноутбук.