



УЧЕБНЫЕ ИЗДАНИЯ ДЛЯ МАГИСТРОВ

И.И. Скоробогатых, М.А. Солнцев,
Ж.Б. Мусатова, П.Ю. Невоструев

**МАРКЕТИНГОВОЕ
УПРАВЛЕНИЕ
РАЗРАБОТКОЙ
ПРОДУКТА**

УЧЕБНОЕ ПОСОБИЕ



ОГЛАВЛЕНИЕ

ПРЕДИСЛОВИЕ	5
ВВЕДЕНИЕ	6
Глава 1. ДИЗАЙН-МЫШЛЕНИЕ И ПОТРЕБНОСТЬ В ИННОВАЦИЯХ	8
<i>Мини-кейс: обновление продукта в McDonalds</i>	9
1.1. Дизайн-мышление и его роль в разработке продукта	10
1.2. Восприятие потребительской ценности продукта	17
1.3. Процесс принятия потребителем нового продукта	29
Контрольные вопросы и задания по главе 1	37
Рекомендованная литература по главе 1	37
Глава 2. УРОВНИ ИННОВАЦИОННОСТИ ПРОДУКТА	40
<i>Мини-кейс: обновление продукта в Cirque du Soleil</i>	41
2.1. Современные принципы инноваций	42
2.2. Новый продукт и инновация	49
2.3. Оценка инновационности продукта	59
Контрольные вопросы и задания по главе 2	63
Рекомендованная литература по главе 2	63
Глава 3. СТРАТЕГИИ ПРОДУКТА	65
<i>Мини-кейс: стратегия обратной инновации в General Electric</i>	68
3.1. Решения по управлению ассортиментом	69
3.2. Стратегии развития	73
3.3. Виды продуктовой стратегии	80
3.4. Жизненный цикл продукта	90
Контрольные вопросы и задания по главе 3	94
Рекомендованная литература по главе 3	94

Глава 4. ПРОЦЕСС РАЗРАБОТКИ ПРОДУКТА	96
<i>Мини-кейс: особенности принятия стратегических решений в Samsung</i>	98
4.1. Алгоритм разработки нового продукта.....	99
4.2. Командная работа в дизайн-мышлении	111
4.3. Инструменты повышения качества работы группы разработчиков продукта	119
Контрольные вопросы и задания по главе 4	136
Рекомендованная литература по главе 4.....	137
Глава 5. ПОЗИЦИОНИРОВАНИЕ НОВОГО ПРОДУКТА	139
<i>Мини-кейс: история принятия главной идеи бренда American Girl</i>	142
5.1. Методы и инструменты позиционирования нового продукта	143
5.2. Инструменты и средства продвижения нового продукта.....	156
Контрольные вопросы и задания по главе 5	164
Рекомендованная литература по главе 5.....	164
ЗАКЛЮЧЕНИЕ	166
ГЛОССАРИЙ	167