

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Локтионова Оксана Геннадьевна

Должность: проректор по учебной работе

Дата подписания: 21.09.2023 15:46:39

Уникальный программный ключ:

0b817ca911e6668abb13a5d426d39e5f1c11eabbf73e943df4a4851fda56d089

МИНОБРНАУКИ РОССИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования
«Юго-Западный государственный университет»
(ЮЗГУ)

Кафедра товароведения, технологии и экспертизы товаров

УТВЕРЖДАЮ
Проректор по учебной работе

О.Г. Локтионова
« 21 » 09 2022 г.

Юго-Западный государственный университет
(ЮЗГУ)

Управление разработкой и внедрением новых продуктов
Методические указания по выполнению самостоятельной работы

Курск 2022

УДК 620.2

Составитель Э.А. Пьяникова

Рецензент

Кандидат химических наук, доцент *А.Е. Ковалева*

Управление разработкой и внедрением новых продуктов :
методические указания по выполнению самостоятельной работы
Юго-Зап. гос. ун-т; сост. Э.А. Пьяникова. Курск, 2022. 15 с.:
Библиогр.: с.15.

Приводятся вопросы к самостоятельному рассмотрению по темам
курса, тематика рефератов, докладов, выступлений, презентаций,
рекомендуемая литература.

Предназначены для студентов направления подготовки 19.04.02
«Продукты питания из растительного сырья».

Текст печатается в авторской редакции

Подписано в печать Формат 60x84 1/16.
Усл.печ.л. 0,87. Уч.- изд. л. 0,78. Тираж 50 экз. Заказ *62* Бесплатно.
Юго-Западный государственный университет.
305040 Курск, ул.50 лет Октября, 94.

ОГЛАВЛЕНИЕ

Вопросы для самостоятельного изучения по темам курса	4
Методические рекомендации по выполнению заданий самостоятельной работы	12
Тематика рефератов, докладов, выступлений, презентаций	12
Реализация графика самостоятельной работы	13
Список рекомендательной литературы	15

ТЕМА №1

ПОНЯТИЕ НОВОГО ПРОДУКТА И СТАДИИ ЕГО РАЗРАБОТКИ

Вопросы для самостоятельного изучения

1. Какие уровни новизны продукта вы знаете?
2. Чем разработка нового продукта в маркетинговом понимании отличается от НИОКР?
3. Из каких этапов состоит процесс разработки нового продукта?
4. Какие формы организации разработки нового продукта вы знаете?
5. Что из себя представляет процесс принятия новинки потребителем?
6. От потребителей приходит менее трети идей нового продукта. Противоречит ли эта низкая цифра такому призыву: «Найди потребность и удовлетвори ее?»
7. Многие компании для разработки новых продуктов имеют формальные организационные звенья. Однако большинство успешных новых продуктов разрабатывается вне рамок формальных систем. Чем это обусловлено?
8. Какими факторами вы будете руководствоваться, выбирая город для пробного маркетинга нового прохладительного напитка? Подходит ли (если да или нет, то почему) город вашего проживания для этих целей?
9. Рыночное тестирование нового продукта обычно дает лучшие результаты, чем последующая его полномасштабная продажа. Чем это обусловлено?
10. Приведите примеры новых продуктов, которые вы знаете. Определите степень новизны этих продуктов.
11. Составьте вопросник, с помощью которого легче принимать решение о целесообразности разработки нового продукта.

РАБОТА №2

РАЗРАБОТКА НОВЫХ ПИЩЕВЫХ ПРОДУКТОВ КАК СИСТЕМНАЯ ПРОМЫШЛЕННАЯ ТЕХНОЛОГИЯ

Вопросы для самостоятельного изучения

1. Факторы разработки и успешности нового пищевого продукта.
2. Характеристика и потребительские свойства новых видов пищевых продуктов.
3. Пищевые продукты и пищевая система.
4. Схема сегментации продовольственного рынка.
5. Группировка продуктов: продуктовая платформа, пищевая ценность, технология производства.
6. Уровень инноваций при разработке нового вида продукта. Уровни новизны продукта.
7. Критерии успешности нового пищевого продукта.
8. Критерии и ключевые факторы успешности нового продукта.
9. Выбор критериев успеха при разработке продукта.
10. Участие потребителей в разработке новых продуктов.
11. Создание и продвижение брендов в пищевой отрасли как инструмента повышения стратегической конкурентоспособности продуктов.

ТЕМА №3

СТРАТЕГИЯ И УПРАВЛЕНИЕ РАЗРАБОТКОЙ ПРОДУКТА. ТРАНСНАЦИОНАЛЬНЫЕ ХОЛДИНГИ В ПИЩЕВОЙ ИНДУСТРИИ. СТРАТЕГИЧЕСКИЕ, ОРГАНИЗАЦИОННЫЕ И УПРАВЛЕНЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ РАЗРАБОТКИ ПИЩЕВЫХ ПРОДУКТОВ

1. Насколько централизовано должно быть управление НИОКР, какую часть функций можно передать регионам?
2. Насколько тесно следует сотрудничать с центрами передовых технологий и каким образом выстраивать отношения с ними?

3. По каким принципам следует строить организационную вертикаль – по региональному, функциональному или по группам продуктов?

4. Каким должен быть контроль – системным, бюджетным, технологическим, что необходимо координировать и от чего можно отказаться?

5. Каким должно быть соотношение научных исследований (НИ) и опытно-конструкторских разработок (ОКР)? Сколько требуется ученых и сколько собственно инженеров-разработчиков, как осуществлять связи между ними?

6. Сколько требуется новых знаний, а сколько приложения (трансформирования) уже имеющихся знаний?

7. Сколько и каких требуется компьютеров и программного обеспечения?

8. Сколько планируется командировок сотрудников? Может стоит перевести некоторых работников на работу в регионы?

9. Каковы требования к знанию иностранных языков сотрудниками? Насколько плотно придется этим заниматься?

10. Каков может быть уровень аутсорсинга применительно к научно-исследовательским работам и опытно-конструкторским разработкам, маркетингу и другим необходимым работам, в частности, для выполнения физических, химических и микробиологических анализов?

11. Каким образом планируется осуществлять управление библиотечными, архивными и информационными службами?

12. Не ведется ли управление проектом, особенно в период опытного производства, испытания продукта на местных рынках и запуск продукта в регионах, не соответствующих целевому рынку?

13. Как осуществлять планирование профессионального продвижения сотрудников в рамках подразделения НИОКР?

14. Какая доля планируемого роста должна обеспечиваться деятельностью по РНП в рамках существующих рынков, а какая – в рамках новых?

15. На какие научно-технические достижения стоит рассчитывать при разработке новых продуктов?

16. Откуда можно получить эти недостающие знания? Какими специальными знаниями, умениями и навыками обладают работники фирмы, то есть каков уровень «внутрифирменных» знаний?

17. Каким образом происходит изучение рынка, как вы планируете изучать мотивацию потребителей в течение последующих пяти лет?

18. Какой должна стать структура подразделения НИОКР через 5 лет?

19. Каковы различия в организации работы по РНП в различных странах, входящих в сферу интересов фирмы? Как будут решаться языковые проблемы?

ТЕМА №4

РОЛЬ НАУЧНЫХ ЦЕНТРОВ ПО ИССЛЕДОВАНИЯМ ПИЩЕВЫХ ПРОДУКТОВ В ОКАЗАНИИ ПОМОЩИ МАЛЫМ И СРЕДНИМ ПРЕДПРИЯТИЯМ

Вопросы для самостоятельного изучения

1. Управление инновационным процессом.
2. Функции управления инновационным процессом разработки пищевой продукции.
3. Инновационный менеджмент.
4. Функции управления: планирование (прогнозирование), организация (процесс), координация и регулирование, мотивация и стимулирование, контроль (учет и анализ).
5. Базовые инновационные стратегии.
6. Разработка инновационной стратегии.
7. Возможности для инноваций.
8. Формирование и выработка инновационной стратегии по разработке нового продукта.
9. Разработка нормативно-технической документации на пищевую продукцию.
10. Технические условия на пищевые продукты. Принципы разработки и структура ТУ.
11. Технологические инструкции на новые виды изделий и их производство.
12. Принципы разработки и структура ТИ.

ТЕМА №5.
РАЗРАБОТКА СОБСТВЕННЫХ ТОРГОВЫХ МАРОК
СУПЕРМАРКЕТАМИ

Вопросы для самостоятельного изучения

1. Изучение мирового рынка с поиском по базам данных.
2. Изучение возможностей местного рынка с помощью фокус-групп.
3. Определение возможного продукта и его позиционирование.
4. Разработка концепции продукта и его прототипа.
5. Оценка продукта, расчет себестоимости и их утверждение.
6. Разработка рецептуры, упаковки и этикетирования.
7. Опытное производство и определение срока годности.
8. Разработка технических условий на ингредиенты, готовые продукты, упаковку, технологии, а также требований к системам обеспечения качества.
9. Коммерциализация и дистрибьюция нового продукта.

ТЕМА №6
ИЗУЧЕНИЕ РЫНКА И ПОТРЕБИТЕЛЕЙ.
ОРГАНОЛЕПТИЧЕСКИЕ ИССЛЕДОВАНИЯ В ПРОЦЕССЕ
РП. ДЕГУСТАТОР КАК КОНСУЛЬТАНТ.

Вопросы для самостоятельного изучения

1. Представление диагностической и технической информации.
2. Изменение бизнес-среды.
3. Влияние изменений бизнес-среды на пищевые предприятия.
4. Проведение маркетинговых и органолептических исследований силами сторонних исполнителей.
5. Требования к пищевым предприятиям со стороны розничной торговли.
6. Роль бренд-менеджмента.
7. Потребность быть инновационной фирмой.
8. Оплата труда по его результатам.
9. Коллективное принятие решений.
10. Некоторые последствия изменения бизнес-среды.

11. Постепенное ухудшение пищевых продуктов.
12. Недостаточность знаний рынка и конъюнктуры.
13. Реалии заказчика. Необходимость не отстать от быстро развивающихся информационных технологий.
14. Место органолептических исследований в структуре фирмы.
15. Выполнение научно-исследовательских работ и обучение представителей заказчика.
16. Роль доверенного консультанта.
17. Формирование атмосферы взаимного доверия.
18. Особенности и преимущества роли доверенного консультанта.
19. Формирование и сохранение доверительных отношений.

ТЕМА 7.

ИЗУЧЕНИЕ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОГО СПРОСА НА РАННИХ ЭТАПАХ ННР. РЫНОЧНО ОРИЕНТИРОВАННАЯ РАЗРАБОТКА НОВОГО ФУНКЦИОНАЛЬНОГО НАПИТКА, ДОПОЛНЯЮЩЕГО ПРИВЫЧНЫЙ РАЦИОН

1. Динамика рынка функциональных напитков и тенденции в разработке новых продуктов.
2. Формирование концепции продукта на ранних этапах процесса РНП.
3. Выбор методов изучения. Качественные методы изучения потребителей.
4. Количественные методы оптимизации концепции продукта.
5. Планирование НИР. Разработка и уточнение концепции функциональных напитков в дополнение к рациону.
6. Рацион потребителей и функциональные напитки. Функциональные напитки и образ жизни.
7. Желаемые характеристики функциональных напитков.
8. Оптимизация и уточнение концепции продукта. Кластеризация профилей продукта.
9. Разработка оптимального функционального напитка.
10. Выбор окончательной концепции и ее использование в разработке продукта.

РАБОТА №8
РАЗРАБОТКА ПРОДУКТА С ОРИЕНТАЦИЕЙ НА
ПОКУПАТЕЛЯ. СОБСТВЕННЫЕ БРЕНДЫ
СУПЕРМАРКЕТОВ

1. Торговая марка торгового предприятия
2. Анализ и тенденции развития собственных торговых марок в России и за рубежом
3. Стратегии создание собственные торговых марок предприятия
4. Создание собственных торговых марок
5. Исследование развития собственных торговых марок торговой сети на выбор.
6. Клиент и продукт. Понять проблемы клиента
7. Недостатки продукта. Изучить рынок и конкурентов
Исследование рынка
8. Конкуренты. Продумать маркетинг нового продукта.
Разработать УТП
9. Портрет потребителя УТП
10. Представить УТП на сайте. Маркетинговая разработка товара экономит ваши деньги

ТЕМА №9
РАЗРАБОТКА ПИЩЕВЫХ ПРОДУКТОВ НА
ПРАКТИКЕ. РАЗРАБОТКА ПРОДУКТА, ТЕХНОЛОГИИ И
СИСТЕМЫ ПРОИЗВОДСТВА. ДОРОЖНАЯ КАРТА
ТЕХНОЛОГА

1. Управление процессом разработки продукта.
2. Методы разработки продуктов.
3. Междисциплинарный коллектив и динамика работы в команде.
4. Определение приоритетов.
5. Выпуск продукции по договору.
6. Фирменная стратегия и управление процессом РП.
7. Техническое задание на разработку.
8. Утверждение проекта. Управление портфелем новых разработок.

9. Обоснование проекта. Инновации и уверенность в успехе. Основные этапы. Уточнение технического задания.

10. Собственно разработка продукта. Основные этапы разработка продукта. Управление проектом.

11. Оценка органолептических свойств продукта, контрольные образцы и изучение потребителей. Утверждение технологической части проекта.

12. Переход к промышленному производству. Основные этапы.

13. Планирование и материально-техническое обеспечение.

14. Разработка рецептуры и технологической документации.

15. Спецификации сырья. Требования к качеству продукции.

16. Производственные испытания. Выпуск первых партий.

17. Передача продукта заводу.

ТЕМА №10

ПОТРЕБИТЕЛИ, ПОКУПАТЕЛИ, РЫНОК И СЕГМЕНТЫ РЫНКА. ДОРОЖНАЯ КАРТА МАРКЕТИНГА И КОММЕРЦИАЛИЗАЦИЯ ПИЩЕВЫХ ПРОДУКТОВ

1. Окружающая среда маркетинга
2. Основные понятия, классификации и характеристики рынка
3. Виды спроса. Методы изучения и прогнозирования спроса
4. Понятие и определение емкости рынка
5. Потребительский рынок
6. Рынок организаций.
7. Необходимость и сущность сегментации. Этапы и особенности сегментации.
8. Критерии сегментирования рынка товаров потребительского и производственного назначений.
9. Разработка целевого сегмента и позиционирование товара на рынке

МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ВЫПОЛНЕНИЮ ЗАДАНИЙ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ

Выполнение самостоятельной работы по каждой теме подразумевает ответы на вопросы.

Написание реферата, доклада, выступления или презентации предполагает привлечение студентов к поиску и освоению дополнительной информации, касающейся общих сведений о технологическом оборудовании мясных и молочных производств.

При подготовке рефератов студенты должны находить материал в книгах, в том числе во вновь издаваемых, периодических изданиях – журналах.

Необходимую информацию можно получить в Интернете.

При подготовке рефератов темы предлагаются преподавателем либо могут выбираться студентами самостоятельно по согласованию с преподавателем. Ниже приведены направления, по которым может быть предложена конкретная тема реферата или презентации.

ТЕМАТИКА РЕФЕРАТОВ, ДОКЛАДОВ, ВЫСТУПЛЕНИЙ, ПРЕЗЕНТАЦИЙ

1. Этапов процесс разработки нового продукта.
2. Формы организации разработки нового продукта.
3. Процесс принятия новинки потребителем.
4. Критерии и ключевые факторы успешности продукта.
5. Основные требования к успешной разработке пищевых продуктов.
6. Управление процессом разработки продуктов и его совершенствование.
7. Концептуальная схема комплексного конструирования пищевых продуктов.
8. Процесс разработки продукта и управление им на примере разработки изолятов сывороточных белков.
9. Мясо и мясные продукты как основной компонент профилактического и лечебного питания.
10. Использование метода линейного программирования для оптимизации рецептур со сложным сырьевым составом.

11. Научное обоснование количества вносимых ингредиентов для выработки продуктов с заданными свойствами.

12. Современные подходы к проектированию рецептур продуктов питания

13. Основные принципы системного моделирования многокомпонентных продуктов питания.

14. Основные этапы проектирования рецептур сложных многокомпонентных продуктов питания

15. Принципы создания новых видов мясопродуктов с применением методов компьютерного моделирования.

16. Основные аспекты, методология моделирования и проектирования новых пищевых продуктов для функционального питания детерминированных групп населения.

17. Математическое моделирование рецептуры диетического мясного продукта.

18. Сопоставление теорий сбалансированного и адекватного питания.

19. Математические модели, описывающие технологические процессы.

20. Алгоритм проектирования рецептуры пищевого продукта

21. Определение цели разработки нового или модификации существующего продукта. Выбор критерия оптимальности. Выявление ограничений.

22. Алгоритм расчёта однофазных рецептур.

23. Алгоритм расчёта многофазных рецептур.

24. Использование метода нечёткого моделирования для прогнозирования потребительских характеристик пищевых продуктов.

РЕАЛИЗАЦИЯ ГРАФИКА САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ

Самостоятельная работа студента по освоению теоретического курса дисциплины должна быть непрерывной в течение всех недель семестра обозначенных в рабочей программе дисциплины.

Ко второй неделе каждого семестра студент должен определиться с выбором темы реферата или презентации. Оценка работы по реферату или презентации предполагает коллективное

заслушивание доклада по нему и обсуждение во время занятий. На это отводятся все последующие недели за исключением зачетной.

СПИСОК РЕКОМЕНДАТЕЛЬНОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1 Черных, В. В. Управление разработкой и внедрением инновационного продукта [Электронный ресурс] : учебное пособие : / В. В. Черных ; Поволжский государственный технологический университет. – Йошкар-Ола : Поволжский государственный технологический университет, 2019. – 122 с. - Режим доступа : <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=570613>

2 Бобренева, И. В. Функциональные продукты питания [Электронный ресурс] : учебное пособие / И. В. Бобренева. — Санкт-Петербург : Интермедия, 2012. — 180 с. - Режим доступа: <https://www.iprbookshop.ru/epd-reader?publicationId=30216>

3 Высокотехнологичные производства продуктов питания [Электронный ресурс] : учебное пособие / Т. В. Пилипенко, Н. И. Пилипенко, Т. В. Шленская, О. И. Кутина. — Санкт-Петербург : Интермедия, 2014. — 112 с. - Режим доступа: <https://www.iprbookshop.ru/epd-reader?publicationId=30205>

4 Австриевских, А. Н. Продукты здорового питания: новые технологии, обеспечение качества, эффективность применения [Электронный ресурс] : научное издание / А. Н. Австриевских, А. А. Вековцев, В. М. Позняковский. – Новосибирск : Сибирское университетское издательство, 2005. – 432 с. - Режим доступа : <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=57616>

5 Научно-практические основы проектирования новых продуктов питания [Электронный ресурс] : практикум / А. Т. Дедегкаев, Т. В. Меледина, Д. В. Зипаев, А. В. Федоров. — Самара : Самарский государственный технический университет, ЭБС АСВ, 2021. — 45 с. - Режим доступа: <https://www.iprbookshop.ru/epd-reader?publicationId=105034>