

Menedżer produktu

Gospodarka w dobie globalizacji, rewolucji informacyjnej i wszechobecnej konkurencji zgłasza zapotrzebowanie na menedżerów potrafiących tworzyć nowoczesne, elastyczne i efektywne strategie rynkowe przedsiębiorstwa. W szczególności przedsiębiorstwa potrzebują specjalistów odpowiedzialnych za technologiczne, rynkowe i jakościowe kształtowanie produktu oraz budowanie wizerunku marki produktu. Dla przedsiębiorstwa kształtowanie wartości produktu jako wartości oferowanej klientowi i zaspakajającej jego potrzeby staje się podstawowym wyzwaniem rynkowym. Pojawia się zatem konieczność kształcenia nowego typu menedżera, który będzie potrafił zarządzać produktem; czyli wprowadzić go na rynek, sprzedawać przez różne kanały dystrybucji i kreować jego wizerunek. W zakresie oferty edukacyjnej tej specjalności duży nacisk kładziony jest na kwestie innowacyjności i dostosowania produktu do potrzeb i oczekiwań konsumenta, a więc posiadania podstawowych wyznaczników konkurowania. Specjalność kształci i przygotowuje w zakresie zarządzania (projektowania) innowacji produktowych odpowiadającym potrzebom rynku oraz innowacyjności rozwiązań w zakresie zachowań rynkowych przedsiębiorstwa (wykorzystanie instrumentów marketingowych i jakości).

Celem procesu kształcenia na specjalności jest przekazanie wiedzy oraz wprowadzenia praktycznych umiejętności w zakresie zarządzania produktem. Program specjalności łączy interdyscyplinarne podejście do zagadnień tworzenia i zarządzania portfelem produktów przedsiębiorstwa. Przede wszystkim kształtowania cech, własności i właściwości każdego produktu w portfolio podmiotu gospodarczego z punktu widzenia potrzeb rynku. Program kształcenia koncentruje się na umiejętności praktycznego kreowania i weryfikowania pomysłów na produkt, zgodnych z potrzebami i pragnieniami klientów, nadaniu im odpowiednich charakterystyk i wprowadzenia na rynek. Duży nacisk położony jest także na umiejętność praktycznej realizacji podstawowych działań marketingowych związanych z zarządzaniem produktem i marką w poszczególnych fazach pełnego cyklu życia.

Program studiów opiera się blokach tematycznych:

- Marketing – wybrane przedmioty: podstawy marketingu, badania rynku, zachowanie uczestników rynku,
- Instrumenty marketingu i ich wykorzystanie w zarządzaniu produktem – wybrane przedmioty: marketing przemysłowy, zarządzanie cenami i dystrybucją, komunikacja marketingowa, marketing usług,
- Zarządzanie jakością,
- Badania i ocena jakości produktów żywnościowych i przemysłowych.

Absolwenci uzyskują praktyczne umiejętności z zakresu:

- przygotowanie strategii produktu,
- prowadzenia badań marketingowych i rynkowych,
- przygotowania planu marketingowego,

- analizy zachowań uczestników rynku,
- komunikacji marketingowej.

Potencjalne miejsca zatrudnienia po ukończeniu studiów na specjalności menedżer produktów:

- Działy/komórki marketingu, sprzedaży w przedsiębiorstwach przemysłowych, żywnościowych i usługowych,
- Działy/komórki badawcze, rozwoju produktu, komercjalizacji produktu,
- Działy/komórki kontroli jakości wyrobów,
- Ośrodki badawczo-rozwojowe, centra rozwoju technologii, parki technologiczne.