

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Ястребов Олег Александрович
Должность: Ректор
Дата подписания: 07.05.2024 17:12:53
Уникальный программный ключ:
ca953a0120d891083f939673078ef1a989dae18a

**Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования
«Российский университет дружбы народов имени Патриса Лумумбы»**

Высшая школа управления

(наименование основного учебного подразделения (ОУП)-разработчика ОП ВО)

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

ПРОДАКТ МЕНЕДЖМЕНТ

(наименование дисциплины/модуля)

Рекомендована МССН для направления подготовки/специальности:

38.04.02 МЕНЕДЖМЕНТ

(код и наименование направления подготовки/специальности)

Освоение дисциплины ведется в рамках реализации основной профессиональной образовательной программы высшего образования (ОП ВО):

УПРАВЛЕНИЕ ПРОДУКТОМ

(наименование (профиль/специализация) ОП ВО)

2024 г.

1. ЦЕЛЬ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Дисциплина «Продакт менеджмент» входит в программу магистратуры «Управление продуктом» по направлению 38.04.02 «Менеджмент» и изучается в 1, 2 семестрах 1 курса. Дисциплину реализует Кафедра Вуза-Партнёра. Дисциплина состоит из 12 разделов и 12 тем и направлена на изучение современных направлений менеджмента и маркетинга, содержит комплексное освещение теоретических и практических сторон управления продуктом.

Целью освоения дисциплины является формирование управленческого мышления, основанного на понимании сущности и применения технологии управления продуктом в различных сферах бизнеса в эпоху глобализации.

2. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Освоение дисциплины «Продакт менеджмент» направлено на формирование у обучающихся следующих компетенций (части компетенций):

Таблица 2.1. Перечень компетенций, формируемых у обучающихся при освоении дисциплины (результаты освоения дисциплины)

| Шифр | Компетенция | Индикаторы достижения компетенции (в рамках данной дисциплины) |
|-------|---|---|
| УК-7 | Способен к использованию цифровых технологий и методов поиска, обработки, анализа, хранения и представления информации (в профессиональной области) в условиях цифровой экономики и современной корпоративной информационной культуры | УК-7.1 Осуществляет поиск нужных источников информации и данных, воспринимает, анализирует, запоминает и передает информацию с использованием цифровых средств, а также с помощью алгоритмов при работе с полученными из различных источников данными с целью эффективного использования полученной информации для решения задач; УК-7.2 Проводит оценку информации, ее достоверность, строит логические умозаключения на основании поступающих информации и данных; |
| ОПК-6 | Способен критически оценивать возможности цифровых технологий для решения профессиональных задач, работать с цифровыми данными, оценивать их источники и релевантность | ОПК-6.1 Владеет цифровыми технологиями для успешного решения профессиональных задач; ОПК-6.2 Способен работать с цифровыми данными, оценивать их источники и релевантность; ОПК-6.3 Умеет применять общие или специализированные пакеты прикладных программ, предназначенных для выполнения профессиональных задач; |
| ПК-1 | Способен управлять исследованиями новых рынков | ПК-1.1 Способен формировать задачи на исследование новых рынков, контролировать ход выполнения исследований и принимать их результаты; ПК-1.2 Способен разрабатывать идеи создания продуктов для новых рынков, опираясь на результаты исследований; ПК-1.3 Способен организовывать исследования лучших мировых практик и процессов в области управления продуктами; |

3. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОП ВО

Дисциплина «Продакт менеджмент» относится к обязательной части блока 1 «Дисциплины (модули)» образовательной программы высшего образования.

В рамках образовательной программы высшего образования обучающиеся также осваивают другие дисциплины и/или практики, способствующие достижению запланированных результатов освоения дисциплины «Продакт менеджмент».

Таблица 3.1. Перечень компонентов ОП ВО, способствующих достижению запланированных результатов освоения дисциплины

| Шифр | Наименование компетенции | Предшествующие дисциплины/модули, практики* | Последующие дисциплины/модули, практики* |
|-------|--|---|--|
| УК-7 | Способен к использованию цифровых технологий и методов поиска, обработки, анализа, хранения и представления информации (в профессиональной области) в условиях цифровой экономики и современной корпоративной информационной культуры | | <i>Деловые коммуникации и переговоры**;</i> <i>CRM и автоматизация продаж**;</i> Преддипломная практика; |
| ОПК-6 | Способен критически оценивать возможности цифровых технологий для решения профессиональных задач, работать с цифровыми данными, оценивать их источники и релевантность | | <i>Преддипломная практика;</i> |
| ПК-1 | Способен управлять исследованиями новых рынков | | <i>Управление конкурентоспособностью продукта;</i> <i>Гибкие навыки руководителя**;</i> <i>UX дизайн**;</i> <i>Научно-исследовательская работа;</i> <i>Преддипломная практика;</i> |

* - заполняется в соответствии с матрицей компетенций и СУП ОП ВО

** - элективные дисциплины /практики

4. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ И ВИДЫ УЧЕБНОЙ РАБОТЫ

Общая трудоемкость дисциплины «Продакт менеджмент» составляет «8» зачетных единиц.

Таблица 4.1. Виды учебной работы по периодам освоения образовательной программы высшего образования для очной формы обучения.

| Вид учебной работы | ВСЕГО, ак.ч. | | Семестр(-ы) | |
|--|----------------|------------|-------------|------------|
| | | | 1 | 2 |
| <i>Контактная работа, ак.ч.</i> | 72 | | 36 | 36 |
| Лекции (ЛК) | 36 | | 18 | 18 |
| Лабораторные работы (ЛР) | 0 | | 0 | 0 |
| Практические/семинарские занятия (СЗ) | 36 | | 18 | 18 |
| <i>Самостоятельная работа обучающихся, ак.ч.</i> | 189 | | 99 | 90 |
| <i>Контроль (экзамен/зачет с оценкой), ак.ч.</i> | 27 | | 9 | 18 |
| Общая трудоемкость дисциплины | ак.ч. | 288 | 144 | 144 |
| | зач.ед. | 8 | 4 | 4 |

5. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Таблица 5.1. Содержание дисциплины (модуля) по видам учебной работы

| Номер раздела | Наименование раздела дисциплины | Содержание раздела (темы) | | Вид учебной работы* |
|---------------|--|---------------------------|---|---------------------|
| Раздел 1 | Базовые концепции формирования продуктовой политики компании | 1.1 | Введение в продакт-менеджмент. Теория продакт-менеджмента. Функциональные обязанности продакт-менеджеров и бренд-менеджеров. Организационные структуры управления продуктовыми и брендинговыми структурными подразделениями. Эффективность управления продуктом. Продакт-менеджмент: управление продуктом на конкретном рынке. | |
| Раздел 2 | Аналитическое обеспечение управления продуктом | 2.1 | Содержание работ по аналитическому обеспечению управления продуктом. Документы, регламентирующие бизнес-процессы управления продуктом, в том числе сбор и обработка информации. | |
| Раздел 3 | Продуктовая линия предприятия и формирование товарного ассортимента. | 3.1 | Методы анализа и планирования ассортимента компании. Определения ассортимента (номенклатуры) выпускаемой продуктов. Определение объемов выпускаемых продуктов. Определение уровня качества выпускаемых продуктов. Разработка элементов окружения продукта (марка, дизайн, упаковка, сопроводительная документация, гарантийное и пост гарантийное обслуживание). Определение темпов обновления ассортимента выпускаемых продуктов и разработка новых продуктов. Использование матрицы БКГ для управления ассортиментом. | |
| Раздел 4 | Выведение новых товаров на рынок | 4.1 | Разработка новых товаров. Содержание работ. | |
| Раздел 5 | Управление продуктом на основе финансовых показателей | 5.1 | Использования финансовых моделей (юнит-экономика, P&L) для управления продуктом: планирования, анализа текущего состояния и принятия решений на основе финансовых показателей. | |
| Раздел 6 | Политика формирования и управления каналами распределения и сбытовыми каналами предприятия | 6.1 | Определение канала распределения и его функций. Уровень и длина канала распределения. Прямой маркетинг (по почте, по каталогам, телемаркетинг, телевизионный маркетинг, электронная торговля) и прямая продаж, сетевой маркетинг. Причины образования многоуровневых каналов распределения. 4 наиболее распространенных вида каналов распределения. | |
| Раздел 7 | Разработка системы интегрированных маркетинговых коммуникаций компании | 7.1 | Сущность и роль маркетинговых коммуникаций в современном комплексе маркетинг-микс. Элементы комплекса продвижения: реклама, стимулирование сбыта, формирование деловой репутации через связь с общественностью. Концепция интегрированных маркетинговых коммуникаций. | |
| Раздел 8 | Брендинг в современных условиях бизнеса | 8.1 | Развитие концепции брендинга. Сущность и содержание понятия «бренд». Современные тенденции брендинга. Брендинг в России. Бренд-менеджмент в системе внутрифирменного управления. Управление портфелем брендов. Интернет-брендинг: развитие брендов в | |

| Номер раздела | Наименование раздела дисциплины | Содержание раздела (темы) | | Вид учебной работы* |
|---------------|---|---------------------------|--|---------------------|
| | | | глобальной сети | |
| Раздел 9 | Бережливый стартап – фокус на практиках | 9.1 | Что такое стартап? Метод Lean Startup. Стратегия Lean Startup. Истоки системы «экономичный стартап». Основные идеи и принципы метода Lean Startup. Принцип проверяемой гипотезы. Клиентоориентированный подход. Гибкость методов разработки. Модель Лин Кансас. Внедрение правил Лин Стартапа в LPgenerator. | |
| Раздел 10 | Практика бережливого стартапа | 10.1 | Кейсы бережливого стартапа. Основные этапы. Содержание работ. | |
| Раздел 11 | Основы управления продуктом в Scrum | 11.1 | Методология Scrum. Видение продукта в Scrum. Скрам Команда. Роль владельца продукта. Взаимодействие со scrum-мастером. Моделирование роли владельца продукта. Обязанности Скрам Мастера по отношению к команде разработки. Мероприятия Скрама. | |
| Раздел 12 | Работа с бэклогом продукта | 12.1 | Совместная работа команды и Владельца продукта. | |

* - заполняется только по **ОЧНОЙ** форме обучения: ЛК – лекции; ЛР – лабораторные работы; СЗ – практические/семинарские занятия.

6. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Таблица 6.1. Материально-техническое обеспечение дисциплины

| Тип аудитории | Оснащение аудитории | Специализированное учебное/лабораторное оборудование, ПО и материалы для освоения дисциплины (при необходимости) |
|----------------------------|---|--|
| Лекционная | Аудитория для проведения занятий лекционного типа, оснащенная комплектом специализированной мебели; доской (экраном) и техническими средствами мультимедиа презентаций. | ноутбук |
| Семинарская | Аудитория для проведения занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, оснащенная комплектом специализированной мебели и техническими средствами мультимедиа презентаций. | ноутбук |
| Для самостоятельной работы | Аудитория для самостоятельной работы обучающихся (может использоваться для проведения семинарских занятий и консультаций), оснащенная комплектом специализированной мебели и компьютерами с доступом в ЭИОС. | ноутбук |

* - аудитория для самостоятельной работы обучающихся указывается **ОБЯЗАТЕЛЬНО!**

7. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Основная литература:

1. Баланов А. Н. Продакт-менеджмент. М.: Лань, 2024. - 668 с. — ISBN 978-5-507-48977-0

2. Лapidус Л.М. Продакт-менеджмент. Как создавать и развивать цифровые продукты. М.: ООО "ИЗДАТЕЛЬСКИЕ РЕШЕНИЯ", 2021. - 168 с.

Дополнительная литература:

1. Чернышева, А. М. Управление продуктовой политикой : учебник и практикум для вузов / А. М. Чернышева, Т. Н. Якубова. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 182 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-16620-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/531385>

2. Марти Каган. Вдохновенные. Все, что нужно знать продакт-менеджеру. М.: ООО «Манн, Иванов и Фербер», 2020. - 352 с.

Ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»:

1. ЭБС РУДН и сторонние ЭБС, к которым студенты университета имеют доступ на основании заключенных договоров

- Электронно-библиотечная система РУДН – ЭБС РУДН

<http://lib.rudn.ru/MegaPro/Web>

- ЭБС «Университетская библиотека онлайн» <http://www.biblioclub.ru>

- ЭБС Юрайт <http://www.biblio-online.ru>

- ЭБС «Консультант студента» www.studentlibrary.ru

- ЭБС «Троицкий мост»

2. Базы данных и поисковые системы

- электронный фонд правовой и нормативно-технической документации

<http://docs.cntd.ru/>

- поисковая система Яндекс <https://www.yandex.ru/>

- поисковая система Google <https://www.google.ru/>

- реферативная база данных SCOPUS

<http://www.elsevierscience.ru/products/scopus/>

Учебно-методические материалы для самостоятельной работы обучающихся при освоении дисциплины/модуля:*

1. Курс лекций по дисциплине «Продакт менеджмент».

* - все учебно-методические материалы для самостоятельной работы обучающихся размещаются в соответствии с действующим порядком на странице дисциплины **в ТУИС!**

8. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ И БАЛЛЬНО-РЕЙТИНГОВАЯ СИСТЕМА ОЦЕНИВАНИЯ УРОВНЯ СФОРМИРОВАННОСТИ КОМПЕТЕНЦИЙ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Оценочные материалы и балльно-рейтинговая система* оценивания уровня сформированности компетенций (части компетенций) по итогам освоения дисциплины «Продакт менеджмент» представлены в Приложении к настоящей Рабочей программе дисциплины.

* - ОМ и БРС формируются на основании требований соответствующего локального нормативного акта РУДН.

РАЗРАБОТЧИК:

| | | |
|-----------------------|----------------|-----------------------|
| _____ | _____ | Муртузалиева Светлана |
| <i>Должность, БУП</i> | <i>Подпись</i> | Юрьевна |
| | | <i>Фамилия И.О.</i> |

РУКОВОДИТЕЛЬ БУП:

| | | |
|----------------------|----------------|---------------------|
| _____ | _____ | _____ |
| <i>Должность БУП</i> | <i>Подпись</i> | <i>Фамилия И.О.</i> |

РУКОВОДИТЕЛЬ ОП ВО:

| | | |
|-----------------------|----------------|---------------------|
| _____ | _____ | _____ |
| <i>Должность, БУП</i> | <i>Подпись</i> | <i>Фамилия И.О.</i> |