

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Ястребов Олег Александрович
Должность: Ректор
Дата подписания: 19.05.2023 12:02:50
Уникальный программный ключ:
ca953a0120d891083f939673078ef1a989dae18a

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

Высшая школа промышленной политики и предпринимательства

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

АННОТАЦИИ ДИСЦИПЛИН (МОДУЛЕЙ) ОП ВО

Изучение дисциплин ведется в рамках освоения основной профессиональной образовательной программы высшего образования (ОП ВО)

Управление продуктом

(наименование (профиль/специализация) ОП ВО)

реализуемой по направлению подготовки/специальности:

38.04.02 МЕНЕДЖМЕНТ

(код и наименование направления подготовки/специальности)

Дисциплины (модули) изучаются в рамках освоения ОП ВО «Управление продуктом» по направлению 38.04.02 Менеджмент

Наименование дисциплины	<i>Цифровая трансформация и новые бизнес-модели</i>
Объём дисциплины, ЗЕ/ак.ч.	3/108
СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	
Разделы	Темы
Раздел 1. Цифровая трансформация	<p>Тема 1.1. Цифровая трансформация: определение, цели и задачи.</p> <p>Тема 1.2. Цифровая трансформация: мировой контекст, четвертая промышленная революция (Индустрия 4.0). Цифровые технологии и кривая Гартнера.</p> <p>Тема 1.3. Цифровые рынки: преимущества и проблемы.</p> <p>Тема 1.4. Управление цифровой трансформацией: цели и задачи.</p> <p>Тема 1.5. Управление цифровой трансформацией: ключевые составляющие.</p> <p>Тема 1.6. Стратегия цифровой трансформации и инструменты.</p> <p>Тема 1.7. Роль кадров в управлении цифровой трансформации. Факторы успеха и принципы цифровой трансформации.</p> <p>Тема 1.8. Цифровая корпоративная культура.</p> <p>Тема 1.9. Проблемы управления цифровой трансформации и пути их решения. Риски.</p> <p>Тема 1.10. Эффекты и метрики цифровой трансформации.</p>
Раздел 2. Новые бизнес-модели	<p>Тема 2.1. Бизнес-модель: определение, подходы к построению.</p> <p>Тема 2.2. Типы бизнес-моделей.</p> <p>Тема 2.3. Цифровая экосистема: определение, построение, преимущества и недостатки.</p> <p>Тема 2.4. Цифровая платформа: определение, построение, преимущества и недостатки.</p> <p>Тема 2.5. Модель Freemium: определение, преимущества и недостатки.</p> <p>Тема 2.6. Модель PayPerUse: определение, преимущества и недостатки.</p> <p>Тема 2.7. Модель OnDemand: определение, преимущества и недостатки.</p> <p>Тема 2.8. Модель «Совместное использование», SaaS, PaaS, IaaS: определение, преимущества и недостатки.</p> <p>Тема 2.9. Модель MaaS, EaaS, Customer-to-Manufacturer: определение, преимущества и недостатки.</p> <p>Тема 2.10. Метрики цифровых бизнес-моделей.</p>

Наименование дисциплины	<i>Управленческая экономика</i>
Объём дисциплины, ЗЕ/ак.ч.	3/108
СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	
Разделы	Темы

<p>Раздел 1. Введение. Экономика и принятие управленческих решений.</p>	<p>Тема 1. Введение.</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Экономика и принятие управленческих решений. 2. Понятие «управленческая экономика». 3. Экономическая теория и управленческая экономика. <p>Аналитические средства. Управленческая экономика и мировая экономика.</p>
<p>Раздел 2. Теория поведения потребителей и рыночный спрос.</p>	<p>Тема 2. Предпочтения и выбор потребителя.</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Анализ спроса и потребительское поведение. 2. Аксиомы потребительского выбора. 3. Функция полезности и её виды. Бюджетное ограничение. 4. Построение кривых «доход- потребление» и кривых Энгеля для разных категорий экономических благ. 5. Эффект дохода и эффект замещения (по Слуцкому и Хиксу). <p>Тема 3. Индивидуальный и рыночный спрос. Эластичность спроса.</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Индивидуальный и рыночный спрос. 2. Эластичность спроса по цене. Факторы. Ценовой эластичности. Дуговая эластичность. 3. Эластичность спроса по доходу, перекрёстная эластичность спроса по цене. 4. Излишек (выгода) потребителя.
<p>Раздел 3. Теория производства, издержек, прибыли и рыночное предложение. Рыночные структуры.</p>	<p>Тема 4. Фирма и её цели.</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Классификация фирм. Организационно-правовые формы. 2. Экономические и неэкономические цели фирмы и оптимальное принятие решений. 3. Эластичность предложения. Излишек (рента) производителя. <p>Тема 5. Фирма. Оценка производства и издержек.</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Производственная функция. Предельная функция технологического замещения. 2. Теория и оценка издержек: краткосрочный и долгосрочный период. 3. Максимизация прибыли и предложение конкурентной фирмы. <p>Тема 6. Рыночные структуры.</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Решения по поводу ценовой политики и объёма производства: совершенная конкуренция. 2. Решения по поводу ценовой политики и объёма производства: монополия. Виды ценовой дискриминации. 3. Решения по поводу ценовой политики и объёма производства:

Раздел 4. Выработка решения в условиях неопределённости риска и асимметричности информации.	Тема 7. Анализ риска и неопределенности. Концепция определенности и неопределенности. Причины и последствия неполноты информации. Выработка решения в условиях риска (предполагаемая стоимость, измерение риска, корректировка риска, дерево решений). Выработка решений в условиях неопределенности.
Раздел 5. Рынки факторов производства.	Тема 8. Фирма на рынке ресурсов. 1. Рынок и фирма как альтернативные формы взаимодействия. Причины возникновения фирмы. Границы фирмы. 2.Труд. Предложение труда (зависимость от заработной платы, незарплатных выплат, ограничения часов работы и т.д.). 3. Асимметрия информации на рынке труда. Сигнализирование. 4. Капитал. Межвременной выбор.
Раздел 6. Государство, общество и управленческие решения фирмы.	Тема 9. Асимметричность информации и управленческие решения. Теория «принципал-агент» и выработка управленческих решений. 1. Рынки с асимметричной информацией. Страхование и моральный риск. 2. Ситуация «принципал-агент». 3. Влияние риска на взаимодействие «принципал-агент». Тема 10. Институциональные аспекты рыночной экономики. Общественный выбор. 1. Внешние эффекты. Налоги и субсидии. 2. Общественные блага. Проблема безбилетника. 3. Проблемы общественного выбора.

Наименование дисциплины	<i>Теория управления</i>
Объём дисциплины, ЗЕ/ак.ч.	3/108
СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	
Разделы	Темы
Наименование раздела дисциплины	Содержание раздела (темы)
Раздел I. Основы теории управления	
ТЕМА 1 Теоретические аспекты управления организацией.	1.1 Понятия, задачи и функции менеджмента 1.2 Роль менеджера и принципы управления 1.3. Типы организационных структур управления 1.4 Влияние стратегии на структуру организации

ТЕМА 2. Природа управления и исторические тенденции его развития.	2.1 Школы теории управления. 2.2. Конструирование организаций для международной окружающей среды 2.3. Современные тенденции организационного развития
ТЕМА 3. Эффективность управления	3.1 Понятие эффективности менеджмента. 3.2 Факторы оценки эффективности менеджмента. 3.3 Критерии и показатели эффективности управления. 3.4 Организационное здоровье и организационные патологии 3.5Повышение эффективности управления.
ТЕМА 4. Менеджмент качества	4.1 Менеджмент качества 4.2 Шесть сигм 4.3 Бережливое производство
ТЕМА 5. Управление инновациями в организации.	5.1 Стратегическая роль инноваций в современной организации 5.2 Управление организационными изменениями
ТЕМА 6. Мотивационная деятельность в управлении	6.1 Понятие мотивации, потребности, мотивов и стимулов. 6.2 Теории мотивации. Теория обогащения труда. 6.3 Механизмы и типологии мотивации работника
Раздел II. Организация как объект управления	
ТЕМА 7. Миссия, философия и цели организации	7.1 Миссия и философия организации. 7.2 Установление целей организации и их ранжирование
ТЕМА 8. Законы функционирования и развития организации	8.1 Закон синергии и закон композиции. 8.2 Закон дополнения. 8.3 Закон сохранения пропорциональности. 8.4 Закон самосохранения и онтогенеза. 8.5 Закон информированности.
ТЕМА 9. Системный подход к изучению организации	9.1 Понятие организации как системы. 9.2 Свойства организационных систем. 9.3 Внутренняя и внешняя среда организации: понятия и взаимодействие.
ТЕМА 10. Жизненный цикл организации.	10.1 Понятие жизненного цикла организации. 10.2 Этапы жизненного цикла по степени зрелости. Временные этапы развития организации.
ТЕМА 11. Функционирование организации.	11.1 Субъекты и объекты организационной деятельности. 11.2 Организация и методы принятия решений. 11.3 Координация в организации. 11.4 Коммуникации в организациях

Наименование дисциплины	<i>Современный стратегический анализ</i>
Объём дисциплины, ЗЕ/ак.ч.	3/108
СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	
Разделы	Темы
Раздел 1. Общие сведения из теории систем. Понятие о	Тема 1. Введение в теорию систем и системный анализ

<p>системном подходе и системном анализе</p>	<p>Системные представления в практической деятельности человека Эволюция системных представлений. Общее определение системы. Примеры систем. Формальное описание системы. Общие свойства систем. Классификация систем. Закон необходимости разнообразия У.Р. Эшби. Признаки системы. Классификация систем. Типы топологии систем. Возникновение системного анализа Понятие о системном подходе. Общая теория систем (теория систем) Людвиг фон Бергаланфи. Изоморфизм законов, управляющих функционированием систем - основная идея общей теории систем, предложенной Бергаланфи.</p>
	<p>Тема 2. Общие закономерности развития технических систем Виды технических систем. Минимальная техническая система. Закон увеличения степени идеальности системы. Закон S-образного развития технических систем. Закон динамизации. Закон полноты частей системы. Закон сквозного прохода энергии. Закон опережающего развития рабочего органа. Закон перехода «моно — би — поли». Закон перехода с макро- на микроуровень.</p>
<p>Раздел 2. Описание и моделирование систем. Типовые задачи системного анализа и методы их решения</p>	<p>Тема 3. Описание систем. Типовые задачи системного анализа. Понятие о модели системы. Понятия системного анализа, необходимые для описания систем. Классификации проблем – объектов системного анализа: - хорошо структурированные; - неструктурированные; - слабо структурированные. Классическая постановка и формализация задачи в прикладном системном анализе. Критерий качества решения задачи. Показатель качества решения задачи. Внутреннее и внешнее описание систем Определение модели. Классификация методов моделирования Требования к модели</p>
	<p>Тема 4. Основы теории выбора и принятия решений. Аналитический иерархический процесс принятия решений (АНР) Т.Саати Выбор как реализация цели систем. Критериальный язык описания выбора Постановка задач оптимизации и их классификация. Основы аналитического иерархического процесса Три основные функции АНР Аксиомы АНР</p>

	<p>Тема 5. Условная оптимизация. Математическое программирование Пример постановки задачи оптимизации Линейное программирование (ЛП). Геометрический метод. Симплекс-метод Методы решения задач нелинейного программирования. Геометрическая интерпретация Нелинейное программирование</p>
	<p>Тема 6. Выбор альтернатив в многокритериальных задачах Сведение многокритериальной задачи к однокритериальной Условная максимизация Поиск альтернативы с заданными свойствами Нахождение множества Парето</p>

Наименование дисциплины	<i>Профессиональный иностранный язык</i>
Объем дисциплины, ЗЕ/ак.ч.	6/216
СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	
Разделы	Темы
<p>Иностранный язык профессионального общения</p> <p>Лексика</p>	<p>Иностранный язык профессионального общения На данном этапе осуществляется развитие навыков и умений иноязычной коммуникации на иностранном языке профессионального общения. Содержание обучения определяется сферами и ситуациями общения, отображенными в базовых учебниках соответствующих уровней. Примерное содержание обучения на 3 этапе обучения определяется тематическим содержанием базового учебника, а также выбранных преподавателем материалов и охватывает следующую тематику:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Инновационный путь развития экономики - Теоретические основы инноваций - Инвестиции в инновационном процессе - Анализ эффективности инноваций - Управление рисками в инновационном процессе и т.д. <p>Лексика</p> <ul style="list-style-type: none"> - развитие лексических навыков продолжается в рамках профессионально-производственной, официально-деловой, учебной и общенаучной сфер. Общий объем лексического минимума – 4000–6000 единиц, из них до 5000 единиц продуктивно; - развитие навыков словообразования; расширение словарного запаса студентов за счет устойчивых словосочетаний, синонимов, антонимов современного иностранного языка профессионального общения

Вариативная компонента

Наименование дисциплины	<i>Ценообразование и монетизация продукта</i>
Объём дисциплины, ЗЕ/ак.ч.	3/108
СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	
Разделы	Темы
Ценообразование	Ценообразование на основе ценности. Ценообразование на основе издержек. Ценообразование на основе конкурентов.
Модели монетизации	Выбор и эксперименты с моделями монетизации. Buy to play (b2p). Подписка. Freemium. Рекламная модель. Транзакционная модель. Лицензионная модель.
Ценовые стратегии	Сущность ценовой стратегии. Виды ценовых стратегий в маркетинге. Этапы разработки ценовой стратегии.

Наименование дисциплины	<i>Стратегия управления продуктом</i>
Объём дисциплины, ЗЕ/ак.ч.	3/108
СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	
Разделы	Темы
Введение в стратегию управления продуктом	Управление разработкой стратегии продукта. Управление товарными стратегиями продукта. Понятие стратегии продукта. Зачем нужна стратегия продукта? Важность продуктовой стратегии. 7 шагов для разработки продуктовой стратегии. Маркетинг-микс. Стратегия продвижения продукта.
Продуктовая стратегия	Управление современными технологиями продаж продукта. Управление разработкой продвижения продукта. Коллективно-компонентный подход к управлению продуктами. Дорожная карта продукта. Работа с бэклогом и техники приоритизации фичей. Построение roadmap продукта и стратегическое планирование. Работа с циклами технологий. Growth hacking: кратный рост продукта. Финансовое моделирование нового продукта.

Наименование дисциплины	<i>Управление продажами и каналы продвижения в цифровой среде</i>
Объём дисциплины, ЗЕ/ак.ч.	5/180
СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	
Разделы	Темы
Раздел 1. Управление продажами и цифровой маркетинг	Тема 1.1. Сущность цифрового маркетинга: понятие, виды деятельности, каналы и технологии
	Тема 1.2. Сущность SEO
	Тема 1.3. Цифровая экономика и Big Data

	Тема 1.4. Оценка эффективности и результативности цифрового маркетинга
Раздел 2. Современные каналы продвижения в цифровой среде	Тема 2.1. Основные современные методы продвижения организации в Интернете
	Тема 2.2. Управление контекстной рекламой в сервисах контекстной рекламы
	Тема 2.3. Размещение таргетированной рекламы в социальных сетях
	Тема 2.4. Возможности web аналитики, обзор, настройки и отчеты Google Analytics и Яндекс Метрики

Наименование дисциплины	<i>Управление конкурентоспособностью продукта</i>
Объём дисциплины, ЗЕ/ак.ч.	3/108
СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	
Разделы	Темы
Конкурентоспособность как динамическая категория	Основы теории конкуренции. Конкурентоспособность как динамическая категория, обусловленная, внешними факторами, значительная часть которых может признаваться как управляемые параметры. Проектирование и функционирование эффективной системы обеспечения конкурентоспособности продукта. Новый товар и его конкурентоспособность.
Конкурентоспособность продукта	Управление конкурентоспособностью продукта. Теоретические основы конкурентоспособности. Подходы к анализу системы управления конкурентоспособностью продукта. Организационно-экономический механизм управления конкурентоспособностью.

Дисциплины по выбору:

Наименование дисциплины	<i>Управленческая психология</i>
Объём дисциплины, ЗЕ/ак.ч.	3/108
СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	
Разделы	Темы
Основные принципы и методы психологии	Становление и развитие психологии управления как науки. Психология мотивации. Психология руководства и лидерства. Психология принятия решений.
Психология общения	Поведение людей в группах. Управление организационными конфликтами Психология организационной культуры, социальной ответственности и этики управления.

Наименование дисциплины	<i>Деловые коммуникации и переговоры</i>
--------------------------------	---

Объём дисциплины, ЗЕ/ак.ч.	3/108
СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	
Разделы	Темы
Раздел 1. Теоретические основы деловых коммуникаций	Тема 1.1. Понятие, основные характеристики, функции, уровни и виды коммуникаций
	Тема 1.2. Особенности невербального общения в деловой коммуникации
	Тема 1.3. Способы передачи информации
	Тема 1.4. Деловые переговоры как одна из форм деловой коммуникации
Раздел 2. Подготовка и проведение переговоров	Тема 2.1. Подготовка и начало переговоров
	Тема 2.2. Передача информации
	Тема 2.3. Аргументирование
	Тема 2.4. Принятие решения
Раздел 3: Техника и тактика ведения деловых переговоров	Тема 3.1. Методы ведения деловых переговоров
	Тема 3.2. Деловые переговоры в различных ситуациях (конфликт и пр.)
	Тема 3.3. Тактические приемы
Раздел 4: Психология делового общения	Тема 4.1. Как расположить к себе людей
	Тема 4.2. Восприятие и понимание людей: барьеры и ошибки
	Тема 4.3. Навыки межличностного общения
Раздел 5. Деловой этикет	Тема 5.1. Правила поведения успешного руководителя
	Тема 5.2. Дресс-код на официальных мероприятиях
	Тема 5.3. Этикет телефонных переговоров
	Тема 5.4. Правила поведения за столом, в общественных местах

Наименование дисциплины	<i>Управление и моделирование бизнес-процессами</i>
Объём дисциплины, ЗЕ/ак.ч.	3/108
СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	
Разделы	Темы
Бизнес-процесс	Основы управления бизнес-процессами. Бизнес-процесс: характеристика и классификация. Карта процессов предприятия. Исследование бизнес-процессов организации. Процессы и организационная структура управления.

Системный анализ деятельности организации	<p>Методология классификации бизнес-процессов организации PCF APQC.</p> <p>Методология моделирования деятельности организации на основе анализа цепочки добавления потребительской ценности. Восьмипроцессная модель предприятия.</p> <p>Компонентная модель бизнеса компании IBM.</p> <p>Многоуровневая модель бизнес-процессов управления производством. Модель Toyota. Использование методики VSM, FMEA, 5S, TPM. Внедрение процессного управления. Цикл DMAIC.</p>
--	--

Наименование дисциплины	<i>CRM и автоматизация продаж</i>
Объём дисциплины, ЗЕ/ак.ч.	3/108
СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	
Разделы	Темы
CRM-маркетинг	Коммуникация в CRM – маркетинге. Бизнес-процесс CRM –маркетинга.
Система взаимоотношениями с клиентами	Сущность, принципы и концепции систем взаимоотношениями с клиентами. Состав и структура систем управления взаимоотношениями с клиентами.
Конфигурация CRM-системы на платформе 1С	Основы конфигурирования CRM-системы на платформе 1С. Настройки конфигурации CRM-системы на платформе 1С.

Руководитель программы

Доцент

должность, название кафедры

С.Ю. Муртузалиева

**Заведующий кафедрой
Прикладной экономики**



подпись

А.А. Чурсин