

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Ястребов Олег Александрович
Должность: Ректор
Дата подписания: 07.06.2022 15:44:52
Уникальный программный ключ:
ca953a0120d891083f939673078ef1a989dae18a

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

Экономический факультет

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

УПРАВЛЕНИЕ ПРОДУКТОВЫМ ПОРТФЕЛЕМ КОМПАНИИ

**Рекомендована МССН для направления подготовки:
38.00.00 «Экономика и управление»**

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

Управление человеческими ресурсами

2022г.

1. ЦЕЛЬ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ:

Курс ставит своей целью ознакомить слушателя с основными инструментами современного менеджмента, которые помогают менеджерам по продукту управлять товаром или услугой на разных рынках, принимать решения о цене, кампаниях по стимулированию продаж и дистрибьюции.

2. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Освоение дисциплины «Управление продуктовым портфелем компании» 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-1	Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач	УК-1.1. - Осуществляет поиск информации для решения поставленной задачи по различным типам запросов УК-1.2. - Анализирует и контекстно обрабатывает информацию для решения поставленных задач с формированием собственных мнений и суждений УК-1.3. - Предлагает варианты решения задачи, анализирует возможные последствия их использования
УК-2	Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из	УК-2.1. - В рамках поставленных задач определяет имеющиеся ресурсы и ограничения,

	действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений	действующие правовые нормы УК-2.2. - Анализирует план-график реализации проекта в целом и выбирает оптимальный способ решения поставленных задач, исходя из действующих правовых норм и имеющихся ресурсов и ограничений УК-2.3. - Контролирует ход выполнения проекта, корректирует план-график в соответствии с результатами контроля
УК-10	Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности	УК-10.1 - Понимает базовые принципы функционирования экономики и экономического развития, цели формы участия государства в экономике УК-10.2 - Применяет методы личного экономического и финансового планирования для достижения текущих и долгосрочных финансовых целей
ОПК-1	Способен решать профессиональные задачи на основе знания (на	ОПК-1.1 - Использует основы экономических, организационных и

	<p>промежуточном уровне) экономической, организационной и управленческой теории</p>	<p>управленческих теорий для успешного выполнения профессиональной деятельности ОПК-1.2 - Формулирует и формализует профессиональные задачи, используя понятийный аппарат экономической, организационной и управленческой наук ОПК-1.3 - Применяет аналитический инструментарий для постановки и решения типовых задач управления с применением информационных технологий</p>
<p>ОПК-2</p>	<p>Способен осуществлять сбор, обработку и анализ данных, необходимых для решения поставленных управленческих задач, с использованием современного инструментария и интеллектуальных информационно-аналитических систем</p>	<p>ОПК-2.1 - Определяет методы сбора информации, способы и вид ее представления, применяя современное программное обеспечение ОПК-2.2 - Выбирает соответствующие содержанию профессиональных задач инструментарий обработки и анализа данных, современные информационные</p>

		<p>технологии и программное обеспечение</p> <p>ОПК-2.3 - Осуществляет визуализацию данных и презентацию решений в информационной среде</p>
ОПК-4	<p>Способен выявлять и оценивать новые рыночные возможности, разрабатывать бизнес-планы создания и развития новых направлений деятельности и организаций</p>	<p>ОПК-4.1 - Выявляет и оценивает возможности развития организации и бизнесов с учетом имеющихся ресурсов и компетенций</p> <p>ОПК-4.2 - Разрабатывает бизнес-планы проектов и направлений бизнеса</p>
ОПК-5	<p>Способен понимать принципы работы современных информационных технологий и использовать их для решения задач профессиональной деятельности</p>	<p>ОПК-5.1 - Определяет области своего воздействия на процесс управления и расставляет приоритеты</p> <p>ОПК-5.2. - Формирует траекторию развития объекта управления в активной среде с использованием аналитических инструментов и информационных технологий</p> <p>ОПК-5.3 - Применяет современные инструменты менеджмента и информационно-коммуникационные технологии для разработки</p>

		мероприятий по повышению эффективности организации
--	--	---

3. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОП ВО

Дисциплина «Управление продуктовым портфелем компании» относится к части, формируемой участниками образовательных отношений Б.1.В.ДВ.14.01 учебного плана.

В рамках ОП ВО обучающиеся также осваивают другие дисциплины и/или практики, способствующие достижению запланированных результатов освоения дисциплины «Управление проектами».

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

Шифр	Наименование компетенции	Предшествующие дисциплины	Последующие дисциплины
УК-1	Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач	Теория управления Теория организации и организационное поведение Экономика предприятия Методы принятия управленческих решений Инновационный менеджмент Модели управления бизнесом в цифровой экономике Управление проектами	
УК-2	Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений	Маркетинг Экономика предприятия Методы принятия управленческих решений Управление проектами	
УК-10	Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности	Экономика предприятия Инновационный менеджмент	

ОПК-1	Способен решать профессиональные задачи на основе знания (на промежуточном уровне) экономической, организационной и управленческой теории	Теория управления Теория организации и организационное поведение Маркетинг Экономика предприятия Инновационный менеджмент	
ОПК-2	Способен осуществлять сбор, обработку и анализ данных, необходимых для решения поставленных управленческих задач, с использованием современного инструментария и интеллектуальных информационно-аналитических систем	Управление проектами Маркетинг Инновационный менеджмент Методы принятия управленческих решений	
ОПК-4	Способен выявлять и оценивать новые рыночные возможности, разрабатывать бизнес-планы создания и развития новых направлений деятельности и организаций	Маркетинг Экономика предприятия	
ОПК-5	Способен понимать принципы работы современных информационных технологий и использовать их для решения задач профессиональной деятельности	Управление проектами Методы принятия управленческих решений Модели управления бизнесом в цифровой экономике	

4. Объем дисциплины и виды учебной работы

Общая трудоемкость дисциплины «Управление продуктовым портфелем компании» составляет 3 зачетных единиц.

Таблица 4.1. Виды учебной работы по периодам освоения ОП ВО для ОЧНОЙ формы обучения

Вид учебной работы	Всего часов, Ак.ч.	Семестры		
		7		
Контактная работа, ак.ч.	34	34		
В том числе:				
<i>Лекции (ЛК)</i>	17	17		
<i>Практические/семинарские занятия (СЗ)</i>	17	17		
<i>Лабораторные работы (ЛР)</i>				
Самостоятельная работа обучающихся, ак.ч. (всего)	65	65		

Контроль (экзамен/зачет с оценкой), ак.ч.	9		9		
Общая трудоемкость	ак.час	108	108		
	зач. ед.	3	3		

Таблица 4.2. Виды учебной работы по периодам освоения ОП ВО для ОЧНО-ЗАОЧНОЙ формы обучения*

Вид учебной работы	Всего часов, Ак.ч.	Семестры			
		9			
Контактная работа, ак.ч.	34	34			
В том числе:					
<i>Лекции (ЛК)</i>	17	17			
<i>Практические/семинарские занятия (СЗ)</i>	17	17			
<i>Лабораторные работы (ЛР)</i>	17				
Самостоятельная работа обучающихся, ак.ч. (всего)					
Контроль (экзамен/зачет с оценкой), ак.ч.					
Общая трудоемкость	ак.час	108	108		
	зач. ед.	3	3		

Таблица 4.3. Виды учебной работы по периодам освоения ОП ВО для ЗАОЧНОЙ формы обучения*

Вид учебной работы	Всего часов, Ак.ч.	Семестры			
		9			
Контактная работа, ак.ч.	10	10			
В том числе:					
<i>Лекции (ЛК)</i>	5	5			
<i>Практические/семинарские занятия (СЗ)</i>	5	5			
<i>Лабораторные работы (ЛР)</i>					
Самостоятельная работа обучающихся, ак.ч. (всего)	98	98			
Контроль (экзамен/зачет с оценкой), ак.ч.					
Общая трудоемкость	ак.час	108	108		
	зач. ед.	3	3		

5. Содержание дисциплины

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

Наименование раздела дисциплины	Содержание раздела (темы)	Вид учебной работы
Раздел 1. Теоретические аспекты управления продуктовым портфелем компании	Тема 1 Введение в дисциплину «Управление продуктовым портфелем компании».	ЛК. СЗ
	Тема 2 Управление жизненным циклом продукта.	ЛК.СЗ
	Тема 3 Управление процессом разработки нового продукта.	ЛК. СЗ
	Тема 4 Управление торговой маркой.	ЛК. СЗ

Раздел 2. Планирование продуктового портфеля компанияи.	Тема 5 Изучение условий конкуренции на рынке и анализ его привлекательности. Тема 6 Анализ потенциала рынка и прогнозирование объема продаж.	ЛК. СЗ ЛК, СЗ
Раздел 3 Управление продуктовым портфелем компанияи на рынке FMCG.	Тема 7 Управление разработкой стратегии продукта. Тема 8 Управление разработкой программы продвижения продукта. Тема 9 Анализ продаж продукта (в натуральном и денежном выражении) и управление его маркетинговым планом.	ЛК. СЗ ЛК. СЗ ЛК. СЗ

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

Раздел 1. Теоретические аспекты управления продуктовым портфелем компании

Тема 1 Введение в дисциплину «Управление продуктовым портфелем компании».

Продуктовая политика фирмы: основные определения, цели, задачи. Факторы внешнего окружения компании, влияющие на управление продуктовой политикой компании.

Тема 2 Управление жизненным циклом продукта.

Понятие жизненного цикла товара. Критерии выделения стадий жизненного цикла. Этапы жизненного цикла товара. Анализ жизненного цикла товарной категории, разновидности товара и торговой марки. Основные разновидности кривых ЖЦТ. Стратегии управления товаром на различных этапах его жизненного цикла: цели и характеристики.

Тема 3 Управление процессом разработки нового продукта.

Инновации и разработка новых товаров. Факторы успеха нового товара. Организация процесса разработки новых товаров. Генерирование идей новых товаров. Разработка концепции нового товара. Бизнес-анализ и разработка управленческих программ по внедрению товаров-новинок. Процесс принятия товара потребителями.

Тема 4 Управление торговой маркой.

Понятие, элементы и функции торговой марки. Виды товарных марок. Управление отдельными торговыми марками (разработка концепции марки, генерация и тестирование вариантов названия марки, тестирование вариантов упаковки, формирование покупательского предпочтения). Управление ассортиментом марочных товаров.

Раздел 2. Планирование продуктового портфеля компании.

Тема 5 Изучение условий конкуренции на рынке и анализ его привлекательности.

Уровни рыночной конкуренции. Методы определения конкурентов. Анализ привлекательности категории продукта. Анализ конкурентов и потребителей. Сегментация рынка.

Тема 6 Анализ потенциала рынка и прогнозирование объема продаж.

Определение потенциала рынка. Методы оценки потенциала рынка. Основные методы прогнозирования продаж.

Раздел 3 Управление продуктовым портфелем компании на рынке FMCG.

Тема 7 Управление разработкой стратегии продукта.

Основные элементы стратегии продукта. Позиционирование и базовая стратегия продукта. Стратегия продукта, ориентированная на потребителя. Стратегии на стадии вывода продукта на рынок. Стратегии, применяемые на стадии роста. Стратегии,

используемые на этапе зрелости продукта. Стратегии, реализуемые на стадии упадка.

Тема 8 Управление разработкой программы продвижения продукта.

Определение оптимальных (для реализации выбранной стратегии) маркетинговых коммуникаций для продукта (исходя из выбранной ЦА). Определение целей рекламы. Составление бюджета рекламной деятельности. Тестирование рекламы в реальной обстановке. Трекинг-исследования. Основные представительские рекламные материалы для личных продаж. Продажи. Виды стимулирования продаж конечных потребителей. Составление бюджета мероприятий по стимулированию продаж. Выбор оптимальных методов прямого маркетинга для продукта. ПиАр-мероприятия для формирования положительного имиджа продукта.

Тема 9 Анализ продаж продукта (в натуральном и денежном выражении) и управление его маркетинговым планом.

Традиционный метод прибыльности продукта. Системы, определяющие вклад конкретного продукта, в общую маржу на прибыль. Показатель доли вклада составляющих затрат в маржу на прибыль. Прогнозная доля продаж продукта в общей структуре продаж с учетом текущего тренда.

6. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Таблица 6.1. Материально-техническое обеспечение дисциплины

<i>Тип аудитории</i>	<i>Оснащение аудитории</i>	<i>Специализированное учебное/лабораторное оборудование, ПО и материалы для освоения дисциплины</i>
Лекционная 17	Аудитория для проведения занятий лекционного типа, оснащенная комплектом специализированной мебели; доской (экраном) и техническими средствами мультимедиа презентаций.	Мультимедиа проектор – 2 шт., звуковая трибуна – 1 шт., экран – 2 шт.
Лекционная 101	Аудитория для проведения занятий лекционного типа, оснащенная комплектом специализированной мебели; доской (экраном) и техническими средствами мультимедиа презентаций.	Мультимедиа проектор – 2 шт., звуковая трибуна – 1 шт., экран -2 шт.
Семинарская, компьютерный класс, для самостоятельной	Аудитория для проведения занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных	Мультимедиа проектор - 1 шт., экран - 1 шт.

работы обучающихся 27	консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, оснащенная комплектом специализированной мебели и техническими средствами мультимедиа презентаций.	
Семинарская, компьютерный класс, для самостоятельной работы обучающихся 29	Аудитория для проведения занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, оснащенная комплектом специализированной мебели и техническими средствами мультимедиа презентаций	Мультимедиа проектор - 1 шт., экран - 1 шт.
Лекционная Конф.зал	Аудитория для проведения занятий лекционного типа, оснащенная комплектом специализированной мебели; доской (экраном) и техническими средствами мультимедиа презентаций.	Мультимедиа проектор – 1 шт., звуковое оборудование

7. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Основная литература:

Основная:

1. Чернышева, А. М., Якубова Т.Н. Управление продуктовой политикой : учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры [Электронный ресурс] / А. М. Чернышева, Т. Н. Якубова. — М. : Издательство Юрайт, 2021. — 187 с. — (Серия : Бакалавр и магистр. Модуль.). — ISBN 978-5-534-01142-5 - www.biblio-online.ru/book/D0F0DE57-D87B-4EE9-A58E-847F419136B3

2. Чернышева, А. М, Якубова Т.Н.. Управление продуктом : учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры [Электронный ресурс] / А. М. Чернышева, Т. Н. Якубова. — М. : Издательство Юрайт, 2021. — 373 с. — (Серия : Бакалавр и магистр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-01486-0 – www.biblio-online.ru/book/489E2F4C-1FDB-4BFD-8660-442B3A63CE4A

Дополнительная:

1. Голубкова Е.Н., Сидорчук Р.Р. Маркетинговое управление товаром. – М.: Дело и сервис, 2012
2. Кавасаки Г., Морено М. Революционный продукт. Как создавать и вывести на рынок. – М.: Манн, Иванов и Фербер, 2013
3. Олейник К., Иванова С., Болдогоев Д. Все об управлении продажами. – М.: Альпина Паблишер, 2011
4. Сливодски А., Вебер К. Управление спросом. Как создавать продукты блок-бастеры. - М.: Манн, Иванов и Фербер, 2013
5. Стерхова С.А. Инновационный продукт. Инструменты маркетинга. – М.: Дело ААНХ, 2009
6. Лайкер Д., Морган Дж. Система разработки продукции в Toyota. Люди, процессы, технология. – М.: Альпина Паблишер, 2011

Интернет-источники:

1. www.advertology.ru
2. www.marketing.spb.ru
3. www.brandmanagement.ru
4. www.p-marketing.ru
5. www.4p.ru
6. www.advi.ru
7. www.cfin.ru
8. www.expert.ru
9. www.sostav.ru
10. www.rbc.ru
11. www.ram.ru

Периодические издания:

1. журнал «Бренд-менеджмент»
2. журнал «Секрет фирмы»
3. журнал «Маркетинг»
4. журнал «Маркетинг в России и за рубежом»
5. журнал «Менеджмент в России и за рубежом»
6. журнал «Генеральный директор»
7. журнал «Маркетинг и маркетинговые исследования»
8. журнал «Эксперт»
9. журнал «Стратегический менеджмент»
10. журнал «Менеджмент сегодня»

Учебники на иностранном языке:

1. Jeffrey H. Directing the Flow of Product: A Guide to Improving Supply Chain Planning// <http://bookfi.org/book/1091490>
2. Morgan J. Liker J. K, The Toyota Product Development System: Integrating People, Process, and Technology - NY.: Productive Press, 2006
3. Crawford M., Di Benedetto A. New Products Management – UK.: McGraw-Hill 2008
4. Russell J. Product management – US.: Addison-Wesley Professional 2012
5. Haines S. Managing Product Management: Empowering Your Organization to Produce Competitive Products and Brands – UK.: McGraw-Hill, 2011

6. Eigner M., Stelzer R. Product Lifecycle Management: Ein Leitfaden für Product Development und Life Cycle Management – UK.: McGraw-Hill, 2009
7. Annacchino M. New Product Development : from Initial Idea to Product Management// <http://bokgrafia.jimdo.com/2013/03/06/new-product-development-from-initial-idea-to-product-management-book-download-online>
8. Pichler R. Agile Product Management with Scrum: Creating Products that Customers Love - US.: Addison-Wesley Professional, 2010
9. Kim B. Clark, Steven C. Wheelwright Managing New Product and Process Development: Text and Cases - US.: Addison-Wesley Professional, 2009
10. Crawford M., Di Benedetto A. New Products Management – US.:Perseus Books Group, 2011

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

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

<https://esystem.rudn.ru/enrol/index.php?id=8212>

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 «Управление продуктовым портфелем компании» представлены в Приложении к настоящей Рабочей программе дисциплины.

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

РАЗРАБОТЧИК:

К.Э.Н., доцент
кафедры менеджмента



Т.Н. Якубова

РУКОВОДИТЕЛЬ БУП:

кафедрой менеджмента



В.С. Ефремов

РУКОВОДИТЕЛЬ ОП ВО:

д.э.н., профессор кафедры менеджмента



В.С. Ефремов