

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Ястребов Олег Александрович
Должность: Ректор
Дата подписания: 26.10.2025 16:50:14
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

ПРОДУКТОВЫЙ МЕНЕДЖМЕНТ НА МАРКЕТПЛЕЙСАХ

(наименование дисциплины/модуля)

Рекомендована МССН для направления подготовки/ специальности:

38.04.05 БИЗНЕС-ИНФОРМАТИКА

(код и наименование направления подготовки/ специальности)

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

E-COMMERCE - ЭЛЕКТРОННАЯ КОММЕРЦИЯ

(наименование (направленность) ОП ВО)

2026 г.

1. ЦЕЛЬ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Целью освоения дисциплины «Продуктовый менеджмент на маркетплейсах» является формирование компетенций в области управления продуктом на маркетплейсах как полным циклом — от анализа рыночных возможностей и разработки продуктовой стратегии до вывода товара на платформу, его продвижения и постоянной оптимизации на основе данных для максимизации его жизненного цикла и прибыльности.

Задачи дисциплины:

1. Сформировать навыки продуктового анализа и валидации гипотез: научить проводить исследование рынка, анализировать спрос и конкурентов на маркетплейсах для поиска перспективных продуктовых ниш и обоснования коммерческого потенциала нового продукта.
2. Освоить принципы управления жизненным циклом товара на маркетплейсе: дать практические инструменты для планирования и контроля каждого этапа ЖЦТ: от вывода и роста до зрелости и вывода с рынка, включая оптимизацию цены, ассортимента и маркетинговой активности.
3. Развить умение создавать и оптимизировать продуктовые листинги: научить разрабатывать конверсионные карточки товаров, подбирать ключевые слова, формировать продающие описания и визуальный контент, которые повышают узнаваемость бренда и стимулируют покупку.

2. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Освоение дисциплины «Продуктовый менеджмент на маркетплейсах» 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 критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать стратегию действий	УК-1.1 Анализирует проблемную ситуацию как целостную систему, выявляя ее составляющие и связи между ними
		УК-1.2 Разрабатывает варианты решения проблемной ситуации на основе критического анализа доступных источников информации
		УК-1.3 Вырабатывает стратегию действий для решения проблемной ситуации в виде последовательности шагов, предвидя результат каждого из них
УК-6	Способен определять и реализовывать приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки	УК-6.1 Определяет стимулы, мотивы и приоритеты собственной профессиональной деятельности и цели карьерного роста
		УК-6.2 Проводит рефлексию своей деятельности и разрабатывает способы ее совершенствования
ОПК-5	Способен воспринимать межкультурное	ОПК-5.1 Формулирует исследовательскую задачу и обеспечивает ее последующее решение

Шифр	Компетенция	Индикаторы достижения компетенции (в рамках данной дисциплины)
	разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах	ОПК-5.2 Критически оценивает результаты научных исследований, проводит анализ, систематизирует и оценивает результаты научных исследований
		ОПК-5.3 Систематизирует и обобщает результаты отечественных и зарубежных исследований актуальных проблем бизнес-информатики и смежных наук
		ОПК-5.4 Выполняет экспертно-аналитическую работу в области бизнес-информатики
		ОПК-5.5 Формирует научные отчеты, публикации, аналитические отчеты, презентации по результатам выполненной деятельности
ПК-2	Способен использовать методы анализа данных	ПК-2.1 Применяет методы анализа данных для решения практических задач
		ПК-2.2 Осуществляет подготовку данных для последующего анализа
		ПК-2.3 Обладает навыками оценки качества данных
		ПК-2.4 Использует инструментальные средства для анализа и визуализации бизнес-информации

3. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОП ВО

Дисциплина «Продуктовый менеджмент на маркетплейсах» относится к обязательной части блока Б1 ОП ВО.

В рамках ОП ВО обучающиеся также осваивают другие дисциплины и/или практики, способствующие достижению запланированных результатов освоения дисциплины «Продуктовый менеджмент на маркетплейсах».

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-1	Способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать стратегию действий	Теория принятия решений Наука о данных для бизнеса Архитектура предприятия (продвинутый уровень) и автоматизация бизнес-процессов Управление проектами	Моделирование и оптимизация бизнес-процессов Цифровые технологии в e-commerce Дисциплины по выбору (Продуктовый копирайтинг, Продвинутая аналитика и ML для e-commerce, Управление разработкой)

Шифр	Наименование компетенции	Предшествующие дисциплины/ модули, практики*	Последующие дисциплины/модули, практики*
		Основы аналитики для e-commerce	Научно-исследовательская работа (бизнес-практикум) Преддипломная практика
УК-6	Способен определять и реализовывать приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки	Основы аналитики для e-commerce	Научно-исследовательская работа (бизнес-практикум) Преддипломная практика Выпускная квалификационная работа магистра
ОПК-5	Способен проводить исследования, организовывать самостоятельную и коллективную научно-исследовательскую, проектную и учебно-профессиональную деятельность для поиска, выработки и применения новых решений в области информационно-коммуникационных технологий	Теория принятия решений Наука о данных для бизнеса	Цифровые технологии в e-commerce Научно-исследовательская работа (бизнес-практикум) Преддипломная практика Выпускная квалификационная работа магистра
ПК-2	Способен использовать методы анализа данных	Основы аналитики для e-commerce	Управление на основе данных в e-commerce Основы ML для e-commerce Цифровые технологии в e-commerce Дисциплины по выбору (Прикладные методы сбора и анализа данных, CRM и автоматизация продаж, IT-системы E-commerce) Научно-исследовательская работа (бизнес-практикум)

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

4. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ И ВИДЫ УЧЕБНОЙ РАБОТЫ

Общая трудоемкость дисциплины «Продуктовый менеджмент на маркетплейсах» составляет 5 зачетных единиц.

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

Вид учебной работы		ВСЕГО, ак.ч.	1	2	3	4
Контактная работа, ак.ч.		54		54		
в том числе:						
Лекции (ЛК)		18		18		
Лабораторные работы (ЛР)						
Практические/семинарские занятия (СЗ)		36		36		
Самостоятельная работа обучающихся, в т.ч. на выполнение КР/КП (при наличии) ак.ч.		99		99		
Контроль (экзамен/зачет с оценкой), ак.ч.		27		27		
Общая трудоемкость дисциплины	ак.ч.	180		180		
	зач.ед.	5		5		

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	Стратегия продуктового развития на маркетплейсах	1.1	Основы продуктового менеджмента в e-commerce. Роль и функции продукт-менеджера на маркетплейсах. Отличия традиционного и цифрового продуктового менеджмента. Жизненный цикл товара на маркетплейсе: особенности управления	ЛК, СЗ
		1.2	Анализ рынка и поиск товарных ниш. Методы анализа спроса и предложения на маркетплейсах. Инструменты для поиска перспективных товарных категорий. Критерии оценки привлекательности товарных ниш	ЛК, СЗ
		1.3	Разработка продуктовой стратегии. Формирование товарного портфеля и ассортиментной матрицы. Позиционирование товара в конкурентной среде. Планирование этапов вывода и развития товара	ЛК, СЗ
Раздел 2	Операционный продуктовый менеджмент	2.1	Управление товарными карточками и контентом. Оптимизация карточек товаров для повышения конверсии. Работа с визуальным контентом: фото, видео, 3D-обзоры. А/В тестирование элементов карточки товара	ЛК, СЗ
		2.2	Ценообразование и управление остатками. Стратегии ценообразования на разных этапах жизненного цикла. Динамическое ценообразование и мониторинг конкурентов.	ЛК, СЗ

Номер раздела	Наименование раздела дисциплины	Содержание раздела (темы)		Вид учебной работы*
			Прогнозирование спроса и управление складскими остатками	
		2.3	Аналитика и метрики продукта. Ключевые продуктовые метрики (GMV, CR, RPR). Анализ поведения пользователей на карточке товара. Система принятия решений на основе данных	ЛК, СЗ
Раздел 3	Инструменты продвижения и масштабирования продуктов	3.1	Маркетинговые инструменты продвижения. Внутренние инструменты продвижения на маркетплейсах. Стратегии работы с рекламным бюджетом. Оптимизация рекламных кампаний по товарным категориям	ЛК, СЗ
		3.2	Управление репутацией и отзывами. Стратегии генерации и управления отзывами. Работа с негативными отзывами и их нейтрализация. Влияние рейтинга товара на выдачу и продажи	ЛК, СЗ
		3.3	Масштабирование продуктового портфеля. Методы диверсификации товарного портфеля. Создание и продвижение собственных брендов. Экспортные стратегии и выход на международные маркетплейсы.	ЛК, СЗ

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

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.	Компьютер/ноутбук с доступом в Интернет и электронно-образовательной среде Университета, браузер, ПО для просмотра PDF, MS Teams, MS Office
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.	Компьютер/ноутбук с доступом в Интернет и электронно-образовательной среде Университета, браузер, ПО для просмотра PDF, MS Teams, MS Office
Компьютерный класс	Компьютерный класс для проведения занятий, групповых и индивидуальных	Компьютер/ноутбук с доступом в Интернет и

Тип аудитории	Оснащение аудитории	Специализированное учебное/лабораторное оборудование, ПО и материалы для освоения дисциплины (при необходимости)
	консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, оснащенная персональными компьютерами (в количестве 20 шт.), доской (экраном) и техническими средствами мультимедиа презентаций.	электронно-образовательной среде Университета, браузер, ПО для просмотра PDF, MS Teams, MS Office
Для самостоятельной работы обучающихся	Аудитория для самостоятельной работы обучающихся (может использоваться для проведения семинарских занятий и консультаций), оснащенная комплектом специализированной мебели и компьютерами с доступом в ЭИОС.	Компьютер/ноутбук с доступом в Интернет и электронно-образовательной среде Университета, браузер, ПО для просмотра PDF, MS Teams, MS Office

* - аудитория для самостоятельной работы обучающихся указывается

ОБЯЗАТЕЛЬНО!

7. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Основная литература:

1. Чернышева, А. М. Управление продуктом : учебник и практикум для вузов / А. М. Чернышева, Т. Н. Якубова. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 373 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-01486-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/468879>
2. Маркетинг-менеджмент : учебник и практикум для вузов / под редакцией И. В. Липсица, О. К. Ойнер. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 380 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-01165-4. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/469244>
3. Гаврилов, Л. П. Цифровой бизнес : учебник и практикум для вузов / Л. П. Гаврилов. — 6-е изд. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 311 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-17869-2. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/533879>
4. Чекмарев, А. В. Управление ИТ-проектами и процессами : учебник для вузов / А. В. Чекмарев. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 228 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-11191-0. — Текст :

электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/493916>

5. Зараменских, Е. П. Основы бизнес-информатики : учебник и практикум для вузов / Е. П. Зараменских. — 2-е изд. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 470 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-15039-1. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/536967>

Дополнительная литература:

1. Теоретическая инноватика : учебник и практикум для вузов / под редакцией И. А. Брусаковой. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 333 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-04909-1. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/515135>
2. Маркетинг инноваций в 2 ч. Часть 1 : учебник и практикум для вузов / под общей редакцией Н. Н. Молчанова. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 257 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-02363-3. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/472020>
3. Спиридонова, Е. А. Управление инновациями : учебник и практикум для вузов / Е. А. Спиридонова. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 298 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-06608-1. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/442024>
4. Интернет-маркетинг : учебник для вузов / под общей редакцией О. Н. Жильцовой. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 335 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-15098-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/510958>
5. Хайруллина, М. В. Маркетинг в социальных сетях : учебное пособие для вузов / М. В. Хайруллина, А. В. Пономарева. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 105 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-08134-3. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/516034>
6. Воронов, М. В. Управление цифровыми проектами и процессами : учебник для вузов / М. В. Воронов, В. И. Пименов, И. А. Небаев. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 475 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-19845-4. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/535238>

7. Реброва, Н. П. Стратегический маркетинг : учебник и практикум для вузов / Н. П. Реброва. — Москва : Издательство Юрайт, 2017. — 186 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-9916-9092-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/397755>
8. Информационные технологии в менеджменте : учебник и практикум для вузов / под редакцией Е. В. Майоровой. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 368 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-00503-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/511898>
9. Кузьмина, Е. Е. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности : учебник и практикум для вузов / Е. Е. Кузьмина [и др.] ; под редакцией Е. Е. Кузьминой, Н. М. Кулибановой. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 307 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-13457-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/459038>
10. Основы инновационной деятельности : учебник для вузов / ответственный редактор С. В. Мальцева. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 527 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-12095-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/476524>

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 «Лань» <http://e.lanbook.com/>

- ЭБС «Троицкий мост» <http://www.trmost.com/>

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 «Продуктовый менеджмент на маркетплейсах».

2. Методические указания по выполнению и оформлению заданий по дисциплине «Продуктовый менеджмент на маркетплейсах» (при наличии КР/КП).

* - 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 «Продуктовый менеджмент на маркетплейсах» представлены в Приложении к настоящей Рабочей программе дисциплины.

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

РАЗРАБОТЧИКИ:

доцент

Должность, БУП

Подпись

Ванюрихин Ф.Г.

Фамилия И.О.

РУКОВОДИТЕЛЬ БУП:

Заведующий кафедрой
цифрового менеджмента

Наименование БУП

Подпись

Назюта С. В.

Фамилия И.О.

РУКОВОДИТЕЛЬ ОП ВО:

Зав.кафедрой
прикладной экономики

Должность, БУП

Подпись

Островская А.А.

Фамилия И.О.