

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Ястребов Олег Александрович
Должность: Ректор
Дата подписания: 07.05.2026 12:49:18
Уникальный программный ключ:
ca953a0120d891083f939673078ef1a989dae18a

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

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

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

УПРАВЛЕНИЕ ПРОДУКТОМ

(наименование дисциплины/модуля)

Рекомендована МССН для направления подготовки/специальности:

38.04.01 ЭКОНОМИКА

(код и наименование направления подготовки/специальности)

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

УПРАВЛЕНИЕ НА ОСНОВЕ АНАЛИЗА ДАННЫХ И БИЗНЕС-АНАЛИТИКА

(наименование (профиль/специализация) ОП ВО)

2026 г.

1. ЦЕЛЬ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Дисциплина «Управление продуктом» входит в программу магистратуры «Управление на основе анализа данных и бизнес-аналитика» по направлению 38.04.01 «Экономика» и изучается в 3 семестре 2 курса. Дисциплину реализует Кафедра экономико-математического моделирования. Дисциплина состоит из 5 разделов и 13 тем и направлена на изучение современных концепций и инструментов продуктового менеджмента; стратегического и операционного управления продуктом

Целью освоения дисциплины является формирование у обучающихся системных теоретических знаний и практических компетенций в области управления продуктом, необходимых для разработки продуктовой стратегии, обоснования продуктовых решений, управления жизненным циклом продукта, координации межфункционального взаимодействия и оценки эффективности развития продукта на основе данных и обратной связи от рынка.

2. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Освоение дисциплины «Управление продуктом» 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-5	Способен анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия.	УК-5.5 Обосновывает особенности проектной и командной деятельности с представителями других этносов и (или) конфессий; УК-5.6 Придерживается принципов недискриминационного взаимодействия при личном и массовом общении в целях выполнения профессиональных задач и усиления социальной интеграции;
ПК-2	Способен разработать и реализовать маркетинговые программы с использованием инструментов комплекса маркетинга	ПК-2.1 Разрабатывает, тестирует и внедряет инновационные товары (услуги), создает нематериальные активы (бренды) и управляет ими в организации; ПК-2.2 Умеет разработать, внедрить и совершенствовать политику ценообразования в организации; ПК-2.3 Разрабатывает, внедряет и совершенствует систему маркетинговых коммуникаций в организации;

3. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОП ВО

Дисциплина «Управление продуктом» относится к части, формируемой участниками образовательных отношений 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 «Управление продуктом».

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-5	Способен анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия.	<i>Инфографика и технологии презентации в корпорациях**;</i> <i>Личный брендинг**;</i> <i>Профессиональный иностранный язык**;</i>	Преддипломная практика;
ПК-2	Способен разработать и реализовать маркетинговые программы с использованием инструментов комплекса маркетинга	<i>Маркетинговая аналитика;</i> <i>Международный маркетинг;</i>	Преддипломная практика;

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

** - элективные дисциплины /практики

4. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ И ВИДЫ УЧЕБНОЙ РАБОТЫ

Общая трудоемкость дисциплины «Управление продуктом» составляет «3» зачетные единицы.

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)
			3.1
<i>Контактная работа, ак.ч.</i>	36		36
Лекции (ЛК)	18		18
Лабораторные работы (ЛР)	18		18
Практические/семинарские занятия (СЗ)	0		0
<i>Самостоятельная работа обучающихся, ак.ч.</i>	18		18
<i>Контроль (экзамен/зачет с оценкой), ак.ч.</i>	54		54
Общая трудоемкость дисциплины	ак.ч.	108	108
	зач.ед.	3	3

5. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

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

Номер раздела	Наименование раздела дисциплины	Наименование темы		Содержание темы	Вид учебной работы*
Раздел 1	Методология и стратегия управления продуктом	1.1	Продуктовый менеджмент как система управления ценностью	Сущность продуктового менеджмента; продукт как объект стратегического и операционного управления; место продуктового подхода в современной компании; продуктовые решения как инструмент создания потребительской и экономической ценности; функции product manager в организации.	ЛК, ЛР
		1.2	Продуктовая стратегия и позиционирование	Цели и принципы продуктовой стратегии; определение целевого рынка и стратегических приоритетов; позиционирование продукта; связь стратегии компании и стратегии продукта; формирование направлений развития продуктового портфеля.	ЛК, ЛР
		1.3	Жизненный цикл продукта и управление продуктовым портфелем	Управление продуктом на различных этапах жизненного цикла; выбор стратегий запуска, роста, масштабирования и обновления продукта	ЛК, ЛР
Раздел 2	Исследование пользователей и принятие продуктовых решений	2.1	Методы исследования пользователей и клиентского опыта	Качественные и количественные методы исследования; интервью, опросы, наблюдение, анализ клиентского пути; выявление пользовательских сценариев, барьеров и точек ценности; использование результатов исследований в управлении продуктом	ЛК, ЛР
		2.2	Анализ рынка, конкурентов и продуктовой среды	Методы анализа рынка; оценка емкости и динамики рынка; анализ конкурентных продуктов; выявление рыночных возможностей и угроз	ЛК, ЛР
		2.3	Формирование и проверка продуктовых гипотез	Логика продуктовых гипотез; постановка проверяемых гипотез; выбор критериев успешности	ЛК, ЛР
Раздел 3	Проектирование, развитие и масштабирование продукта	3.1	Формирование продуктового видения и дорожной карты продукта	Продуктовое видение и его роль в развитии продукта; формулирование долгосрочных и краткосрочных целей; разработка дорожной карты продукта	ЛК, ЛР
		3.2	Приоритизация, бэклог и управление требованиями	Методы приоритизации инициатив и функций продукта; согласование требований бизнеса, пользователей и команды разработки; принятие решений в условиях ограниченности ресурсов	ЛК, ЛР
		3.3	MVP, итеративное развитие и масштабирование продукта	Выбор границ MVP; запуск продукта в условиях неопределенности; итеративное развитие; масштабирование	ЛК, ЛР

Номер раздела	Наименование раздела дисциплины	Наименование темы		Содержание темы	Вид учебной работы*
				продуктового решения; управление изменениями функционала в ответ на данные, обратную связь и стратегические задачи компании	
Раздел 4	Метрики, аналитика и экономика продукта	4.1	Система продуктовых метрик и аналитика поведения пользователей	Построение системы метрик продукта; показатели привлечения, активации, удержания, вовлеченности и монетизации	ЛК, ЛР
Раздел 5	Организация продуктовой деятельности и управление развитием продукта	5.1	Межфункциональное взаимодействие в продуктовой команде	Организация взаимодействия владельца продукта с разработкой, аналитикой, дизайном, маркетингом и продажами; координация интересов различных участников; коммуникации и управление ожиданиями внутри команды и с внешними стейкхолдерами.	ЛК, ЛР
		5.2	Agile-подходы в управлении продуктом	Использование Agile в продуктовой разработке; связь Scrum, Kanban и продуктового менеджмента;	ЛК, ЛР
		5.3	Развитие, трансформация и обновление продукта	Причины и направления изменения продукта; продуктовые улучшения, развороты и обновления	ЛК, ЛР

* - 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.	Microsoft Office 2021 LTSC, доступ в ЭИОС
Компьютерный класс	Компьютерный класс для проведения занятий, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, оснащенная персональными компьютерами (в количестве 20 шт.), доской (экраном) и техническими средствами мультимедиа презентаций.	
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.	Microsoft Office 2021 LTSC, доступ в ЭИОС

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

7. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Основная литература:

1. Зобов Александр Михайлович. Управление продуктом на B2B рынке : учебное пособие / А. М. Зобов, Е.А. Дегтерева, А. М. Чернышева. - Электронные текстовые данные. - Москва : РУДН, 2022. - 167 с. : ил.

URL: https://mega.rudn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=Link_FindDoc&id=510033&idb=0

2. Чернышева Анна Михайловна. Управление продуктом : учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / А. М. Чернышева, Т. Н. Якубова. - М. : Юрайт, 2018. - 373 с. - (Бакалавр и магистр. Академический курс).

Дополнительная литература:

1. А. Остервальдер, Ив Пинье. Построение бизнес-моделей. Пер. с англ. – 5-е изд. – М.: Альпина Паблишер, 2018 – 288 с.

2. Портер М. Конкурентная стратегия: Методика анализа отраслей и конкурентов: Пер. с англ. М.: Альпина Паблишер, 2019 – 453 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

<https://mega.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 «Знаниум» <https://znanium.ru/>

2. Базы данных и поисковые системы

- Sage <https://journals.sagepub.com/>
- Springer Nature Link <https://link.springer.com/>
- Wiley Journal Database <https://onlinelibrary.wiley.com/>
- Научометрическая база данных Lens.org <https://www.lens.org>

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

1. Курс лекций по дисциплине «Управление продуктом».

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

РАЗРАБОТЧИК:

Доцент

Должность, БУП

Подпись

Решетникова Марина

Сергеевна

Фамилия И.О.

РУКОВОДИТЕЛЬ БУП:

Заведующий кафедрой

Должность БУП

Подпись

Балашова Светлана

Алексеевна

Фамилия И.О.

РУКОВОДИТЕЛЬ ОП ВО:

Должность, БУП

Подпись

Фамилия И.О.