

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Ястребов Олег Александрович
Должность: Ректор
Дата подписания: 06.05.2026 15:08:20
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)

2026 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 2 разделов и 13 тем и направлена на изучение управления жизненным циклом продукта, планирования и разработка новых продуктов, анализ рынка и конкурентов, определение стратегии продукта, управление портфолио продуктов и мониторинг и улучшение продуктов.

Целью освоения дисциплины является приобретение знаний и навыков по управлению продуктом от идеи до его успешного запуска и дальнейшего развития на рынке.

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>Международное право и регулирование цифровых продуктов**;</i> <i>CRM и автоматизация продаж**;</i> Продвинутый Excel; 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> <i>Продвинутый Excel;</i>
ПК-1	Способен управлять исследованиями новых рынков		<i>Научно-исследовательская работа;</i> <i>Преддипломная практика;</i> <i>Управление конкурентоспособностью продукта;</i> <i>Гибкие навыки руководителя**;</i> <i>UX дизайн**;</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	Наименование темы		Содержание темы	Вид учебной работы*
Раздел 1	Введение в продакт-менеджмент	1.1	Определение продакт-менеджмента	Введение в продакт-менеджмент. Теория продакт-менеджмента.	ЛК, СЗ
		1.2	Роль продакт-менеджера в организации	Функциональные обязанности продакт-менеджеров и бренд-менеджеров. Организационные структуры управления продуктовыми и брендинговыми структурными подразделениями.	ЛК, СЗ
Раздел 2	Планирование продукта	2.1	Методология исследований существующих и новых продуктов.	Товар и продукт: сущность понятий, подходы к классификации. Классификация продуктов и особенности управления ими. Продукт в маркетинге. Мультиатрибутивные модели продукта. Понятие жизненного цикла товара. Стадии жизненного цикла товара. Разновидности жизненного цикла товара. Товарный ассортимент: сущность, показатели. Методические аспекты оценки товарного ассортимента предприятия. Матричные методы оценки ассортимента. Взаимосвязь с концепцией жизненного цикла товара	ЛК, СЗ
		2.2	Планирование и организация разработки нового продукта.	Сущность, категории новых продуктов и уровни новизны товара. Этапы разработки нового товара, организация разработки нового продукта. Методы создания нового товара	ЛК, СЗ
		2.3	Причины успехов и неудач новых продуктов	Категории потребителей с точки зрения их восприятия нового продукта. Маркетинговые исследования нового товара. Планирование бюджета стимулирования продаж. PR-мероприятия для формирования бренда продукта.	ЛК, СЗ
		2.4	Контроль разработки нового продукта	Управление ассортиментом марочных товаров. Исследование и прогнозирование рынка товара. Уровни рыночной конкуренции. Методы оценки потенциала рынка.	ЛК, СЗ
		2.5	Особенности установления цен на новые товары	Основные методы прогнозирования цен. Маркетинговая стратегия ценообразования: сущность, содержание. Рентабельность продукта.	ЛК, СЗ
		2.6	Управление реализацией нового продукта	Стратегии управления продуктом на различных стадиях его жизненного цикла. Качество и конкурентоспособность товара. Показатели конкурентоспособности продукта. Показатели качества продукта. Петля качества.	ЛК, СЗ
		2.7	Позиционирование и продажа новых	Понятие, элементы и функции торговой марки. Виды товарных	ЛК, СЗ

Номер раздела	Наименование раздела дисциплины	Наименование темы		Содержание темы	Вид учебной работы*
			продуктов	марок. Основные положения Федерального закона «О торговых знаках, знаках обслуживания и наименованиях мест происхождения товара». Основные положения Федерального закона «О защите прав потребителей». Разработка плана маркетинга по продукту.	
		2.8	Маркетинговые коммуникации при продвижении нового продукта	Стимулирование продаж продукта. Методы и инструменты. Основные положения Федерального закона «О рекламе».	ЛК, СЗ
		2.9	Особенности управления разработкой и реализацией нового продукта инновационными организациями.	Особенности товара инновации. Жизненный цикл нового товара. Методы формирования идей инновационного товара	ЛК, СЗ
		2.10	Особенности управления разработкой и реализацией новых продуктов в сфере услуг.	Понятие услуги. Классификация услуг. Материальные и нематериальные услуги. Отличительные особенности услуги как товара. Комплекс маркетинга предприятия сферы услуг. Жизненный цикл услуги.	ЛК, СЗ
		2.11	Особенности управления разработкой и реализацией новых продуктов материального производства.	Понятие промышленного товара. Классификация товаров промышленного назначения. Особенности комплекса маркетинга предприятия на рынке BtoB. Планирование нового товара промышленного назначения: методы и инструменты. Планирование реализации товара промышленного назначения.	ЛК, СЗ

* - 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.	Проектор и 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.	Проектор и 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.	420 ауд.

* - 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, 2025. — 368 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-16619-4. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/531384>

2. Чернышева, А. М. Управление продуктовой политикой : учебник и практикум для вузов / А. М. Чернышева, Т. Н. Якубова. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 182 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-16620-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/531385>

Дополнительная литература:

1. Фомичев, В. И. Управление качеством и конкурентоспособностью : учебник для вузов / В. И. Фомичев. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 156 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-12241-1. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/542968>

2. Холодкова, В. В. Управление инвестиционным проектом : учебник и практикум для вузов / В. В. Холодкова. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 302 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-07049-1. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/540668>

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!**

РАЗРАБОТЧИК:

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

РУКОВОДИТЕЛЬ БУП:

Зав.кафедрой	_____	Островская Анна Александровна
<i>Должность БУП</i>	<i>Подпись</i>	<i>Фамилия И.О.</i>

РУКОВОДИТЕЛЬ ОП ВО:

профессор	_____	Островская Анна Александровна
<i>Должность, БУП</i>	<i>Подпись</i>	<i>Фамилия И.О.</i>