

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Ястребов Олег Александрович

Должность: Ректор

Дата подписания: 27.04.2024 11:07:02

Уникальный программный ключ:

ca953a0120d891083f939673078ef1a989dae18a

Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования

«Российский университет дружбы народов имени Патриса Лумумбы»

Институт мировой экономики и бизнеса

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

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

PRODUCT MANAGEMENT / УПРАВЛЕНИЕ ПРОДУКТОМ

(наименование дисциплины/модуля)

Рекомендована МССН для направления подготовки/специальности:

38.03.01 ЭКОНОМИКА

(код и наименование направления подготовки/специальности)

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

ЦИФРОВАЯ ЭКОНОМИКА

(наименование (профиль/специализация) ОП ВО)

2024 г.

1. ЦЕЛЬ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Дисциплина «Product Management» входит в программу бакалавриата «Цифровая экономика» по направлению 38.03.01 «Экономика» и изучается в 6 семестре 3 курса. Дисциплину реализует Институт мировой экономики и бизнеса. Дисциплина состоит из 3 разделов и 7 тем и направлена на изучение методов и инструментов, необходимых для эффективного управления онлайн-продуктами от начала до конца их жизненного цикла. В ходе обучения студенты изучают концепции, связанные с пониманием потребностей пользователей, определением целевой аудитории, разработкой стратегии продукта, планированием и управлением процессом разработки, а также маркетингом, продвижением и монетизацией продуктов.

Целью освоения дисциплины является формирование у студентов навыков и знаний о том, как правильно подходить к разработке, запуску и постепенном развитию онлайн-продуктов.

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)
ОПК-2	Способен осуществлять сбор, обработку и статистический анализ данных, необходимых для решения поставленных экономических задач	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 технологии и программное обеспечение; ОПК-2.3 Осуществляет визуализацию данных и презентацию решений в информационной среде;
ОПК-4	Способен предлагать экономически и финансово обоснованные организационно-управленческие решения в профессиональной деятельности	ОПК-4.1 Критически сопоставляет альтернативные варианты решения поставленных профессиональных задач, разрабатывает и обосновывает способы их решения с учётом критериев экономической эффективности, оценки рисков и возможных социально-экономических последствий; ОПК-4.2 Описывает проблемы и ситуации профессиональной деятельности, используя профессиональную терминологию экономической науки; ОПК-4.3 Анализирует и интерпретирует финансовую, бухгалтерскую и иную информацию, содержащуюся в отчётности организаций и ведомости;
ПК-2	Способен выявлять бизнес-проблемы и бизнес-возможности	ПК-2.1 Изучает методы работы с заинтересованными сторонами, проводит анализ факторов внутренней и внешней среды предприятия; ПК-2.2 Использует информацию о методах, техниках, процессах и инструментах управления требованиями заинтересованных сторон и факторах, влияющих на деятельность организации; ПК-2.3 Осуществляет качественный анализ информации с точки зрения выбранных критериев, предметной области и специфики деятельности организации в объеме, достаточном для решения задач бизнес-анализа;

3. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОП ВО

Дисциплина «Управление продуктом» 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 «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*
ОПК-2	Способен осуществлять сбор, обработку и статистический анализ данных, необходимых для решения поставленных экономических задач	Учебная практика; Ознакомительная практика; Бухгалтерский учет; Основы программирования; Экономическая география; Финансовая математика; Технологии и практика программирования на языке Python для гуманитарных специальностей; Информационная безопасность бизнеса; Линейная алгебра; Математический анализ; Теория вероятностей и математическая статистика; Эконометрика; Статистика;	Преддипломная практика; Управление разработкой нового продукта; Венчурный капитал и оценка бизнеса; Электронное правительство и электронная демократия;
ОПК-4	Способен предлагать экономически и финансово обоснованные организационно-управленческие решения в профессиональной деятельности	Управление IT-проектами; Электронная коммерция; Финансы, денежное обращение и кредит; Маркетинг;	Преддипломная практика; Корпоративные финансы; Анализ мировых финансовых рынков; Управление разработкой нового продукта; Реинжиниринг бизнес-процессов;
ПК-2	Способен выявлять бизнес-проблемы и бизнес-возможности	Управление IT-проектами; No-code;	Преддипломная практика; Корпоративные финансы; Международные платежные системы и инструменты; Управление разработкой нового продукта; Венчурный капитал и оценка бизнеса; <i>Рынок Блокчейн-технологий**</i> ; <i>Разработка Digital-проекта**</i> ; <i>Аналитическая поддержка принятия инвестиционных решений**</i> ; Реинжиниринг бизнес-процессов; Цифровые платформы в бизнесе и госуправлении;

Шифр	Наименование компетенции	Предшествующие дисциплины/модули, практики*	Последующие дисциплины/модули, практики*
			<i>Raising Capital Methods**;</i> <i>Banking Business**;</i> <i>Innovation Economy**;</i> <i>Innovation Marketing**;</i>

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

** - элективные дисциплины /практики

4. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ И ВИДЫ УЧЕБНОЙ РАБОТЫ

Общая трудоемкость дисциплины «Product Management» 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)
			6
<i>Контактная работа, ак.ч.</i>	51		51
Лекции (ЛК)	17		17
Лабораторные работы (ЛР)	0		0
Практические/семинарские занятия (СЗ)	34		34
<i>Самостоятельная работа обучающихся, ак.ч.</i>	57		57
<i>Контроль (экзамен/зачет с оценкой), ак.ч.</i>	0		0
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	Содержание раздела (темы)		Вид учебной работы*
Раздел 1	Введение в Product management	1.1	Идея продукта	ЛК
		1.2	Продукт и пользователи	ЛК, СЗ
Раздел 2	Команда продукта	2.1	Как запускать продукты	ЛК, СЗ
		2.2	Продвижение продукта	ЛК, СЗ
		2.3	Рост продукта	ЛК, СЗ
Раздел 3	Инструменты Product management	3.1	Miro, Excel для вычислений, сбора аналитики и визуализации данных.	ЛК, СЗ
		3.2	Запросы к базам данных с помощью SQL и Python	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.	101 Ноутбук Asus F6A Мультимедиа проектор Casio XJ-S400UN Мультимедиа проектор Casio XJ-V100W Проекционный экран GЕNA 244*244 Экран с электропроводом Draper 203*1 Акустическая система Defender Mercury 35 Mkll Телевизор Philips
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.	330 Мультимедиа проектор Casio XJ-M250 Экран настенный Digis Dsob-1106
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.	327 Мультимедиа проектор Benq MW526 Экран настенный Digis Dsob-1106

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

7. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Основная литература:

1. Чернышева, А. М. Управление продуктовой политикой : учебник и практикум для вузов / А. М. Чернышева, Т. Н. Якубова. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 187 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-01142-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/490005>.

2. Чернышева, А. М. Управление продуктом : учебник и практикум для вузов / А. М. Чернышева, Т. Н. Якубова. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 373 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-01486-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/489464>

Дополнительная литература:

1. Музыкант В. Л. Основы интегрированных коммуникаций: теория и современные практики в 2 ч. Часть 2. SMM, рынок M&A. Учебник и практикум для академического бакалавриата [Электронный ресурс] : М.:Издательство Юрайт , 2019 - 384 - Режим доступа:<https://biblio-online.ru/book/osnovy-integrirrovannyh-kommunikaciy-teoriya-isovremennye-praktiki-v-2-ch-chast-2- smm-rynok-m-a-428807>

2. Ткаченко Е.А., Захарова К.А. Ловись, клиент, большой и маленький : пособие для интернет- маркетологов : Практическое пособие [Электронный ресурс] : Инфра-Инженерия , 2019 - 212 – Режим доступа: <https://znanium.com/catalog/document?id=346713>

3. Кеннеди Дэн. Жесткий SMM: Выжать из соцсетей максимум : Учебное пособие [Электронный ресурс] , 2017 - 344 - Режим доступа: <http://znanium.com/go.php?id=1002298>

4. Кузьмина О. Г. Интегрированные маркетинговые коммуникации: теория и практика рекламы : Учебное пособие [Электронный ресурс] : РИОР , 2018 - 187 - Режим доступа: <http://znanium.com/go.php?id=953324>

5. Мелькин Н.В., Горяев К.С. Искусство продвижения сайта. Полный курс SEO: от идеи до первых клиентов [Электронный ресурс] : Инфра-Инженерия , 2017 - 268 - Режим доступа:<https://znanium.com/catalog/document?id=303061>

6. Эйнштейн М. Реклама под прикрытием. Нативная реклама, контент-маркетинг и тайный мир продвижения в интернете [Электронный ресурс]: Альпина Паблишер , 2017 - 301 - Режим доступа: <https://znanium.com/catalog/document?id=333538>

7. Hipping Greatness: Practical Lessons on Building and Launching Outstanding Software, Learned on the Job at Google and Amazon | Vander Mey Chris. 2012

8. Мур Дж., Преодоление пропасти. Как вывести технологический продукт на массовый рынок/ Манн, Иванов и Фербер, 2012.

9. Алан Купер об интерфейсе. Основы проектирования взаимодействия/Символ-Плюс, 2009.

10. Пихлер Р., Управление продуктом в Scrum. Agile-методы для вашего бизнеса (Agile Product Management with Scrum: Creating Products that Customers Love) 2010.

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 «Управление продуктом».

* - 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 «Управление продуктом» представлены в Приложении к настоящей Рабочей программе дисциплины.

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

РАЗРАБОТЧИК:

_____	_____	_____
<i>Должность, БУП</i>	<i>Подпись</i>	Главина Софья Григорьевна <i>Фамилия И.О.</i>

РУКОВОДИТЕЛЬ БУП:

_____	_____	_____
<i>Должность БУП</i>	<i>Подпись</i>	<i>Фамилия И.О.</i>

РУКОВОДИТЕЛЬ ОП ВО:

_____	_____	_____
<i>Должность, БУП</i>	<i>Подпись</i>	Главина Софья Григорьевна <i>Фамилия И.О.</i>