

Документ подписан простой электронной подписью  
Информация о владельце:  
ФИО: Ястребов Олег Александрович  
Должность: Ректор  
Дата подписания: 22.05.2025 12:03:31  
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)

**2025 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 12 разделов и 12 тем и направлена на изучение современных направлений менеджмента и маркетинга, содержит комплексное освещение теоретических и практических сторон управления продуктом.

Целью освоения дисциплины является формирование управленческого мышления, основанного на понимании сущности и применения технологии управления продуктом в различных сферах бизнеса в эпоху глобализации.

## 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>Деловые коммуникации и переговоры**;</i> <i>CRM и автоматизация продаж**;</i> 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>
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
<b>Общая трудоемкость дисциплины</b>	<b>ак.ч.</b>	<b>288</b>	<b>144</b>	<b>144</b>
	<b>зач.ед.</b>	<b>8</b>	<b>4</b>	<b>4</b>

## 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	Базовые концепции формирования продуктовой политики компании	1.1	Введение в продакт-менеджмент. Теория продакт-менеджмента. Функциональные обязанности продакт-менеджеров и бренд-менеджеров. Организационные структуры управления продуктовыми и брендинговыми структурными подразделениями. Эффективность управления продуктом. Продакт-менеджмент: управление продуктом на конкретном рынке.	ЛК, СЗ
Раздел 2	Аналитическое обеспечение управления продуктом	2.1	Содержание работ по аналитическому обеспечению управления продуктом. Документы, регламентирующие бизнес-процессы управления продуктом, в том числе сбор и обработка информации.	ЛК, СЗ
Раздел 3	Продуктовая линия предприятия и формирование товарного ассортимента.	3.1	Методы анализа и планирования ассортимента компании. Определения ассортимента (номенклатуры) выпускаемой продуктов. Определение объемов выпускаемых продуктов. Определение уровня качества выпускаемых продуктов. Разработка элементов окружения продукта (марка, дизайн, упаковка, сопроводительная документация, гарантийное и пост гарантийное обслуживание). Определение темпов обновления ассортимента выпускаемых продуктов и разработка новых продуктов. Использование матрицы БКГ для управления ассортиментом.	ЛК, СЗ
Раздел 4	Выведение новых товаров на рынок	4.1	Разработка новых товаров. Содержание работ.	ЛК, СЗ
Раздел 5	Управление продуктом на основе финансовых показателей	5.1	Использования финансовых моделей (юнит-экономика, P&L) для управления продуктом: планирования, анализа текущего состояния и принятия решений на основе финансовых показателей.	ЛК, СЗ
Раздел 6	Политика формирования и управления каналами распределения и сбытовыми каналами предприятия	6.1	Определение канала распределения и его функций. Уровень и длина канала распределения. Прямой маркетинг (по почте, по каталогам, телемаркетинг, телевизионный маркетинг, электронная торговля) и прямая продаж, сетевой маркетинг. Причины образования многоуровневых каналов распределения. 4 наиболее распространенных вида каналов распределения.	ЛК, СЗ
Раздел 7	Разработка системы интегрированных маркетинговых коммуникаций компании	7.1	Сущность и роль маркетинговых коммуникаций в современном комплексе маркетинг-микс. Элементы комплекса продвижения: реклама, стимулирование сбыта, формирование деловой репутации через связь с общественностью. Концепция интегрированных маркетинговых коммуникаций.	ЛК, СЗ
Раздел 8	Брендинг в современных условиях бизнеса	8.1	Развитие концепции брендинга. Сущность и содержание понятия «бренд». Современные тенденции брендинга. Брендинг в России. Бренд-менеджмент в системе внутрифирменного управления. Управление портфелем брендов. Интернет-брендинг: развитие брендов в	ЛК, СЗ

Номер раздела	Наименование раздела дисциплины	Содержание раздела (темы)		Вид учебной работы*
			глобальной сети	
Раздел 9	Бережливый стартап – фокус на практиках	9.1	Что такое стартап? Метод Lean Startup. Стратегия Lean Startup. Истоки системы «экономичный стартап». Основные идеи и принципы метода Lean Startup. Принцип проверяемой гипотезы. Клиентоориентированный подход. Гибкость методов разработки. Модель Лин Кансас. Внедрение правил Лин Стартапа в LPgenerator.	ЛК, СЗ
Раздел 10	Практика бережливого стартапа	10.1	Кейсы бережливого стартапа. Основные этапы. Содержание работ.	ЛК, СЗ
Раздел 11	Основы управления продуктом в Scrum	11.1	Методология Scrum. Видение продукта в Scrum. Скрам Команда. Роль владельца продукта. Взаимодействие со scrum-мастером. Моделирование роли владельца продукта. Обязанности Скрам Мастера по отношению к команде разработки. Мероприятия Скрама.	ЛК, СЗ
Раздел 12	Работа с бэклогом продукта	12.1	Совместная работа команды и Владельца продукта.	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.	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.	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.	ноутбук

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

## 7. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

*Основная литература:*

1. Баланов А. Н. Продакт-менеджмент. М.: Лань, 2024. - 668 с. — ISBN 978-5-507-48977-0

2. Чернышева, А. М. Управление продуктовой политикой : учебник и практикум для вузов / А. М. Чернышева, Т. Н. Якубова. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 182 с.

*Дополнительная литература:*

1. Иванова, И. А. Менеджмент : учебник и практикум для вузов / И. А. Иванова, А. М. Сергеев. — 2-е изд. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 327 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-18459-4. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/560223>

2. Марти Каган. Вдохновенные. Все, что нужно знать продакт-менеджеру. М.: ООО «Манн, Иванов и Фербер», 2020. - 352 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

<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](http://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!**

**РАЗРАБОТЧИКИ:**

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