

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
**ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
"РЯЗАНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ РАДИОТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ
ИМЕНИ В.Ф. УТКИНА"**

СОГЛАСОВАНО
Зав. выпускающей кафедры

УТВЕРЖДАЮ

Управление продуктом
рабочая программа дисциплины (модуля)

Закреплена за кафедрой **Экономики, менеджмента и организации производства**

Учебный план 27.03.05_25_00.plx
27.03.05 Инноватика

Квалификация **бакалавр**

Форма обучения **очная**

Общая трудоемкость **3 ЗЕТ**

Распределение часов дисциплины по семестрам

Семестр (<Курс>.<Семестр на курсе>)	6 (3.2)		Итого	
	16			
Неделя	16			
Вид занятий	УП	РП	УП	РП
Лекции	32	32	32	32
Практические	32	32	32	32
Иная контактная работа	0,25	0,25	0,25	0,25
Итого ауд.	64,25	64,25	64,25	64,25
Контактная работа	64,25	64,25	64,25	64,25
Сам. работа	35	35	35	35
Часы на контроль	8,75	8,75	8,75	8,75
Итого	108	108	108	108

г. Рязань

Программу составил(и):

к.э.н., доцент, Куприянова Марина Владимировна

Рабочая программа дисциплины

Управление продуктом

разработана в соответствии с ФГОС ВО:

ФГОС ВО - бакалавриат по направлению подготовки 27.03.05 Инноватика (приказ Минобрнауки России от 31.07.2020 г. № 870)

составлена на основании учебного плана:

27.03.05 Инноватика

утвержденного учёным советом вуза от 29.11.2024 протокол № 4.

Рабочая программа одобрена на заседании кафедры

Экономики, менеджмента и организации производства

Протокол от 18.12.2024 г. № 5

Срок действия программы: 2025-2029 уч.г.

Зав. кафедрой Евдокимова Елена Николаевна

Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для исполнения в 2025-2026 учебном году на заседании кафедры **Экономики, менеджмента и организации производства**

Протокол от _____ 2025 г. № ____

Зав. кафедрой _____

Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для исполнения в 2026-2027 учебном году на заседании кафедры **Экономики, менеджмента и организации производства**

Протокол от _____ 2026 г. № ____

Зав. кафедрой _____

Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для исполнения в 2027-2028 учебном году на заседании кафедры **Экономики, менеджмента и организации производства**

Протокол от _____ 2027 г. № ____

Зав. кафедрой _____

Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для исполнения в 2028-2029 учебном году на заседании кафедры

Экономики, менеджмента и организации производства

Протокол от _____ 2028 г. № ____

Зав. кафедрой _____

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

1.1	Цель дисциплины – обучить студентов основам управления продуктами на всех этапах их жизненного цикла, развить навыки проведения маркетинговых исследований и анализа научно-технической информации для успешного создания и продвижения инновационных продуктов на рынке.
1.2	Задачи дисциплины:
1.3	ознакомить студентов с различными методами сбора и анализа данных, необходимыми для оценки потребительских предпочтений и тенденций рынка, а также для выявления возможностей для внедрения новых продуктов
1.4	научить студентов проводить анализ существующих научных исследований и технологических разработок, оценивать их коммерческий потенциал и определять возможности для интеграции в новые продукты
1.5	обеспечить студентов навыками создания стратегий управления продуктом, включая планирование, разработку, тестирование и вывод на рынок, с акцентом на инновационные технологии и потребности целевой аудитории

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Цикл (раздел) ОП:	Б1.В
2.1	Требования к предварительной подготовке обучающегося:
2.1.1	Комплекс маркетинга в инновационной сфере
2.2	Дисциплины (модули) и практики, для которых освоение данной дисциплины (модуля) необходимо как предшествующее:
2.2.1	Преддипломная практика
2.2.2	Выполнение, подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы
2.2.3	Экспериментально-исследовательская работа

3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

ПК-2: Способен принимать участие в проведении научно-исследовательских и опытно-конструкторских разработок

ПК-2.1. Проводит маркетинговые исследования научно-технической информации

Знать
основные методы и инструменты маркетинговых исследований, включая количественные и качественные подходы

Уметь
проводить маркетинговые исследования для определения потребностей целевой аудитории и оценки рыночных возможностей

Владеть
навыками проведения качественных и количественных исследований, включая опросы, интервью и фокус-группы

В результате освоения дисциплины (модуля) обучающийся должен

3.1	Знать:
3.1.1	основные методы и инструменты маркетинговых исследований, включая количественные и качественные подходы
3.2	Уметь:
3.2.1	проводить маркетинговые исследования для определения потребностей целевой аудитории и оценки рыночных возможностей
3.3	Владеть:
3.3.1	навыками проведения качественных и количественных исследований, включая опросы, интервью и фокус-группы

4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Код занятия	Наименование разделов и тем /вид занятия/	Семестр / Курс	Часов	Компетенции	Литература	Форма контроля
	Раздел 1. Теоретическое обучение					
1.1	Основы управления продуктом /Тема/	6	0			
1.2	Введение в управление продуктом: ключевые концепции и этапы. /Лек/	6	8	ПК-2.1-3 ПК-2.1-У ПК-2.1-В	Л1.1 Л1.3 Л1.4Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5Л3.1 Л3.2 Л3.3 Л3.4 Э1 Э2 Э3	Зачет

1.3	Анализ успешных продуктов: кейс-стади и выводы /Пр/	6	8	ПК-2.1-3 ПК-2.1-У ПК-2.1-В	Л1.1 Л1.3 Л1.4Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5Л3.1 Л3.2 Л3.3 Л3.4 Э1 Э2 Э3	Отчет о практической работе Зачет
1.4	Введение в управление продуктом: ключевые концепции и этапы. Изучение конспекта лекций, литературы по теме. Подготовка к выполнению практических работ. /Ср/	6	8	ПК-2.1-3 ПК-2.1-У ПК-2.1-В	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5Л3.1 Л3.2 Л3.3 Л3.4 Э1 Э2 Э3	Зачет
1.5	Маркетинговые исследования и анализ рынка /Тема/	6	0			
1.6	Методы маркетинговых исследований: от теории к практике /Лек/	6	8	ПК-2.1-3 ПК-2.1-У ПК-2.1-В	Л1.1 Л1.3 Л1.4Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5Л3.1 Л3.2 Л3.3 Л3.4 Э1 Э2 Э3	Зачет
1.7	Проведение опроса и анализ полученных данных /Пр/	6	8	ПК-2.1-3 ПК-2.1-У ПК-2.1-В	Л1.1 Л1.3 Л1.4Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5Л3.1 Л3.2 Л3.3 Л3.4 Э1 Э2 Э3	Отчет о практической работе Зачет
1.8	Методы маркетинговых исследований: от теории к практике. Изучение конспекта лекций, литературы по теме. Подготовка к выполнению практических работ. /Ср/	6	8	ПК-2.1-3 ПК-2.1-У ПК-2.1-В	Л1.1 Л1.3 Л1.4Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5Л3.1 Л3.2 Л3.3 Л3.4 Э1 Э2 Э3	Зачет
1.9	Разработка и тестирование продукта /Тема/	6	0			
1.10	Процесс разработки продукта: от идеи до прототипа /Лек/	6	8	ПК-2.1-3 ПК-2.1-У ПК-2.1-В	Л1.1 Л1.3 Л1.4Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5Л3.1 Л3.2 Л3.3 Л3.4 Э1 Э2 Э3	Зачет
1.11	Создание прототипа продукта и его тестирование на целевой аудитории /Пр/	6	8	ПК-2.1-3 ПК-2.1-У ПК-2.1-В	Л1.1 Л1.3 Л1.4Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5Л3.1 Л3.2 Л3.3 Л3.4 Э1 Э2 Э3	Отчет о практической работе Зачет

1.12	Процесс разработки продукта: от идеи до прототипа. Изучение конспекта лекций, литературы по теме. Подготовка к выполнению практических работ. /Ср/	6	10	ПК-2.1-З ПК-2.1-У ПК-2.1-В	Л1.1 Л1.3 Л1.4Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5Л3.1 Л3.2 Л3.3 Л3.4 Э1 Э2 Э3	Зачет
1.13	Выход продукта на рынок и стратегическое позиционирование /Тема/	6	0			
1.14	Стратегии выхода на рынок: как успешно представить продукт. /Лек/	6	8	ПК-2.1-З ПК-2.1-У ПК-2.1-В	Л1.1 Л1.3 Л1.4Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5Л3.1 Л3.2 Л3.3 Л3.4 Э1 Э2 Э3	Зачет
1.15	Разработка маркетинговой стратегии для нового продукта /Пр/	6	8	ПК-2.1-З ПК-2.1-У ПК-2.1-В	Л1.1 Л1.3 Л1.4Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5Л3.1 Л3.2 Л3.3 Л3.4 Э1 Э2 Э3	Отчет о практической работе Зачет
1.16	Стратегии выхода на рынок: как успешно представить продукт. Изучение конспекта лекций, литературы по теме. Подготовка к выполнению практических работ. /Ср/	6	9	ПК-2.1-З ПК-2.1-У ПК-2.1-В	Л1.1 Л1.3 Л1.4Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5Л3.1 Л3.2 Л3.3 Л3.4 Э1 Э2 Э3	Зачет
Раздел 2. Промежуточная аттестация						
2.1	Подготовка и проведение промежуточной аттестации /Тема/	6	0			
2.2	Прием зачета /ИКР/	6	0,25	ПК-2.1-З ПК-2.1-У ПК-2.1-В	Л1.1 Л1.3 Л1.4Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5Л3.1 Л3.2 Л3.3 Л3.4 Э1 Э2 Э3	Зачет
2.3	Подготовка к зачету /Зачёт/	6	8,75	ПК-2.1-З ПК-2.1-У ПК-2.1-В	Л1.1 Л1.3 Л1.4Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5Л3.1 Л3.2 Л3.3 Л3.4 Э1 Э2 Э3	Зачет

5. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

Оценочные средства приведены в приложении к рабочей программе дисциплины (см. документ «Оценочные материалы по дисциплине «Управление продуктом»)

6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

6.1. Рекомендуемая литература

6.1.1. Основная литература

№	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год	Количество/название ЭБС
ЛП.1	Курчеева Г. И., Хворостов В. А.	Методическое обеспечение маркетинговых исследований новых продуктов : монография	Новосибирск: Новосибирский государственный технический университет, 2014, 175 с.	978-5-7782-2421-6, http://www.iprbookshop.ru/44958.html
ЛП.2	Р. Леманн, С. Винер	Управление продуктом : учебник для студентов вузов, обучающихся по специальностям «маркетинг», «коммерция», «менеджмент»	Москва: ЮНИТИ-ДАНА, 2017, 719 с.	978-5-238-01331-2, http://www.iprbookshop.ru/81704.html
ЛП.3	Захарова Ю. А.	Продакт-менеджмент, или Искусство управления товаром : практическое пособие	Москва: Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2020, 124 с.	978-5-394-03572-2, http://www.iprbookshop.ru/90237.html
ЛП.4	Баланов А. Н.	Продакт-менеджмент : учебник для вузов	Санкт-Петербург: Лань, 2024, 668 с.	978-5-507-48977-0, https://e.lanbook.com/book/402941

6.1.2. Дополнительная литература

№	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год	Количество/название ЭБС
Л2.1	Кристенсен Клейтон, Холл Тедди, Диллон Карен, Данкан Дэвид, Бакушева Е.	Закон успешных инноваций: Зачем клиент «нанимает» ваш продукт и как знание об этом помогает новым разработкам	Москва: Альпина Паблишер, 2019, 271 с.	978-5-9614-6473-3, http://www.iprbookshop.ru/82422.html
Л2.2	Кристенсен Крэйг, Фронтц Шон, Сьюза Деннис, Витебский М.	Закрывать сделку: Пять навыков для отличных результатов в продажах	Москва: Альпина Паблишер, 2019, 120 с.	978-5-9614-1045-7, http://www.iprbookshop.ru/82598.html
Л2.3	Энтони С., Джонсон М., Синфилд Дж., Олтман Э., Соломина А.	Подрывные инновации. Как выйти на новых потребителей за счет упрощения и удешевления продукта	Москва: Альпина Паблишер, 2018, 344 с.	978-5-9614-5155-9, http://www.iprbookshop.ru/82634.html

№	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год	Количество/название ЭБС
Л2.4	Расселл Айзенштаг, Джулия Балоган, Барбара Биджелоу, Майкл Бир, Панкай Гемават, Джон Грант, Анил Гупта, Джордж Дей, Ирэн Дюхейм, Дэвид Коллис, Курт Кристенсен, Маджори Лайлс, Джон Мэхон, Нарайанан Портер, Майкл Прахалад, Коимбаторе Раджагопалан, Нандини Рэнделл, Роберт Самплер, Джефри Уилсон, Йан Фаэй, Лайм Харт, Эллен Хоуп-Хейли, Вероника, Фаэя Л., Рэнделла Р., Егоров В.	Курс MBA по стратегическому менеджменту	Москва: Альпина Бизнес Букс, 2019, 587 с.	978-5-9614-0573-6, http://www.iprbookshop.ru/82702.html
Л2.5	Парр Бен, Окунькова И.	Ловушка для внимания: Как вызвать и удержать интерес к идее, проекту или продукту	Москва: Альпина Паблишер, 2019, 280 с.	978-5-9614-4988-4, http://www.iprbookshop.ru/82707.html

6.1.3. Методические разработки

№	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год	Количество/название ЭБС
Л3.1	Евдокимова Е.Н., Рубцова Н.А., Куприянова М.В.	Организация научно-исследовательских и опытно-конструкторских работ : Методические указания	Рязань: РИЦ РГРТУ, 2020,	, https://elib.rsre.u.ru/ebs/download/2426
Л3.2	Куприянова М.В.	Управление ИТ-продуктами: метод. указ. к контр. работе : Методические указания	Рязань: , 2022,	, https://elib.rsre.u.ru/ebs/download/3196
Л3.3	Куприянова М.В.	Управление ИТ-продуктами. Часть 1: метод. указ. к практ. занятиям : Методические указания	Рязань: , 2022,	, https://elib.rsre.u.ru/ebs/download/3197
Л3.4	Куприянова М.В.	Управление разработкой и внедрением нового продукта: метод. указ. к практ. занятиям : Методические указания	Рязань: , 2023,	, https://elib.rsre.u.ru/ebs/download/3811

6.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"

Э1	Электронно-библиотечная система «IPRbooks» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: доступ из корпоративной сети РГРТУ – свободный, доступ из сети Интернет – по паролю.			
Э2	Электронная библиотека РГРТУ [Электронный ресурс]. – Режим доступа: из корпоративной сети РГРТУ – по паролю.			
Э3	Электронный обучающий курс "Data Science and Agile Systems for Product Management". Режим доступа: https://www.edx.org/course/data-science-and-agile-systems-for-product-management?index=product&queryID=fafdf35c4043e1ace412e7993e958ef6&position=1			

6.3 Перечень программного обеспечения и информационных справочных систем	
6.3.1 Перечень лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения, в том числе отечественного производства	
Наименование	Описание
Операционная система Windows	Коммерческая лицензия
Kaspersky Endpoint Security	Коммерческая лицензия
LibreOffice	Свободное ПО
6.3.2 Перечень информационных справочных систем	
6.3.2.1	Информационно-правовой портал ГАРАНТ.РУ http://www.garant.ru
6.3.2.2	Система КонсультантПлюс http://www.consultant.ru

7. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)	
1	404 учебно-административный корпус. Учебная аудитория для проведения учебных занятий лекционного и семинарского типа, практических занятий, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации Специализированная мебель (120 мест), мультимедийное оборудование, экран, компьютер, доска.
2	414 учебно-административный корпус. Помещение для самостоятельной работы Специализированная мебель (40 посадочных мест), магнитно-маркерная доска, экран. Мультимедийный проектор (NEC AOC 2050W) ПК: Intel Pentium G620/4Gb – 13 шт Возможность подключения к сети Интернет и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду РГРТУ
3	440 учебно-административный корпус. Учебная аудитория для проведения учебных занятий лекционного и семинарского типа, лабораторных работ, практических занятий, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации Специальная мебель (28 посадочных места), 14 компьютеров с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду РГРТУ, мультимедиа проектор, экран, доска.
4	448 учебно-административный корпус. Учебная аудитория для проведения учебных занятий лекционного и семинарского типа, практических занятий, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации Специализированная мебель (100 мест), мультимедийное оборудование, экран, компьютер, доска
5	206-1 учебно-административный корпус. Учебная аудитория для проведения занятий лекционного и семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации 42 мест, 1 ПК: ЦП: Intel Pentium 4 class 3200 ОЗУ: 1 Гб ПЗУ: 80 Гб Телевизор: PHILIPS U7PEL4606H/60 документ-камера: AVER Media POB3 (AverVision 330)

8. МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)	
Методическое обеспечение приведено в приложении к рабочей программе дисциплины (см. документ «Методическое обеспечение по дисциплине «Управление продуктом»)	

Оператор ЭДО ООО "Компания "Тензор"

ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ

ПОДПИСАНО
ЗАВЕДУЮЩИМ
КАФЕДРЫ**ФГБОУ ВО "РГРТУ", РГРТУ**, Евдокимова Елена Николаевна,
Заведующий кафедрой ЭМОП

Простая подпись

ПОДПИСАНО
ЗАВЕДУЮЩИМ
ВЫПУСКАЮЩЕЙ
КАФЕДРЫ**ФГБОУ ВО "РГРТУ", РГРТУ**, Евдокимова Елена Николаевна,
Заведующий кафедрой ЭМОП

Простая подпись

ПОДПИСАНО ЗАМ.
НАЧАЛЬНИКОМ УРОП**ФГБОУ ВО "РГРТУ", РГРТУ**, Галицына Марина Александровна,
Заместитель начальника УРОП

Простая подпись