

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
НОВОСИБИРСКИЙ ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЙ ИНСТИТУТ (ФИЛИАЛ)
ФЕДЕРАЛЬНОГО ГОСУДАРСТВЕННОГО БЮДЖЕТНОГО ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО УЧРЕЖДЕНИЯ
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
**«РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМ. А.Н. КОСЫГИНА
(ТЕХНОЛОГИИ. ДИЗАЙН. ИСКУССТВО)»**
(НТИ (филиал) РГУ им. А.Н. Косыгина)

УТВЕРЖДАЮ
Зам. директора
по учебно-методической работе
_____/Печурина Г.Г./
« » _____ 2025 г.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ
ПРОДАКТ-МЕНЕДЖМЕНТ И СТРАТЕГИЧЕСКОЕ УПРАВЛЕНИЕ**

Направление подготовки: 38.04.02 Менеджмент
Программа магистратуры: Продакт-менеджмент и маркетинг
Квалификация
выпускника: магистр
Форма обучения: очно-заочная

факультет Технологии и дизайна
кафедра: Экономики и управления

курс, семестр	2 курс, 4 семестр		
Лекции	12 час./0,33з.е (5 час.*)	Экзамен	4 семестр
Практические занятия	24 час./0,67 з.е (11 час.*)	Зачет	-
Лабораторные занятия	- час./- з.е.	Курсовая работа	4 семестр
Контроль	27 час./0,75 з.е		
Самостоятельная работа	131 час./3,25 з.е		
Всего	216 час./6 з.е		
В т.ч. контактная работа	58 час. / 1,61 з.е.		
В т.ч. в интер. форме	(16 час.)		

Новосибирск 2025

Рабочая программа составлена на основании следующих нормативных документов:

1. Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования, уровень высшего образования – магистратура, направление подготовки 38.04.02 Менеджмент – Утвержден приказом Министерства образования и науки Российской Федерации № 952 от 12.08.2020.

2. Базовый учебный план. Направление: 38.04.02 «Менеджмент».

3. Общая профессиональная образовательная программа. Направление: 38.04.02 «Менеджмент», программа магистратуры «Продакт-менеджмент и маркетинг».

4. Рабочий учебный план. Направление: 38.04.02 «Менеджмент» (квалификация «магистр»). Программа магистратуры «Продакт-менеджмент и маркетинг», набор 2025г. (очно-заочная форма обучения). – Новосибирск: Новосибирский технологический институт (филиал) ФГБОУ ВО «Российский государственный университет им. А.Н.Косыгина (Технологии. Дизайн. Искусство)». Утверждено Ученым советом НТИ (филиал) РГУ им.А.Н.Косыгина.

Разработчик:

канд. экон. наук, доц.

О.А. Сапрыкина

Рецензент:

канд. экон. наук, доц.

Н.И. Воронина

Рабочая программа рассмотрена на заседании кафедры Экономики и управления (протокол № 1 от «29» августа 2025 г.).

Зав. кафедрой ЭиУ

канд. экон. наук, доц.

О.А. Сапрыкина

Декан ФТиД

канд.техн.наук

Т.О. Бунькова

СОДЕРЖАНИЕ

1 Паспорт процесса – аннотация	4
2 Место дисциплины в структуре ОПОП магистратуры	7
3 Ожидаемые результаты образования и компетенции обучающегося по завершению освоения программы учебной дисциплины «Продакт-менеджмент» и стратегическое управление»	8
4 Структура и содержание учебной дисциплины	12
5 Образовательные технологии	17
6 Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы. Оценочные материалы для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины «Продакт-менеджмент» и стратегическое управление»	18
7 Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины (модуля)	22
8 Условия реализации программы дисциплины.....	26
9 Учебно-методическая карта дисциплины	27
10 Протокол согласования рабочей программы с другими дисциплинами направления на 2025/2026 учебный год	28
11 Дополнения и изменения к рабочей программе на 20__ /20__ учебный год	28
Приложение А.....	29

1 ПАСПОРТ ПРОЦЕССА – АННОТАЦИЯ

Обозначение документа	Пункт ГОСТ Р ИСО 9001-2011	Наименование процесса
Б1.В.01	7.3 и 7.5	Преподавание дисциплины «Продакт-менеджмент и стратегическое управление»
Определение процесса: процесс преподавания дисциплины «Продакт-менеджмент и стратегическое управление» для обучающихся очно-заочной формы обучения направление подготовки 38.04.02 Менеджмент, программа магистратуры «Продакт-менеджмент и маркетинг», ориентированный на выполнение требований ФГОС ВО		Цель процесса: выполнение требований ФГОС ВО и формирование теоретических знаний и практических умений и навыков в области Продакт-менеджмента для решения профессиональных задач по управлению брендом товара (услуги, предприятия в целом) на базе бизнес-стратегии с целью повышения эффективности деятельности
Владелец процесса: кафедра Экономики и управления		Ответственный руководитель процесса: доц., канд.экон.наук Сапрыкина О.А.
Входы процесса: Студенты и знания, полученные студентами при изучении следующих дисциплин: - Управление маркетингом; - Организация рекламной и PR компании; - Производственная практика (по профилю профессиональной деятельности); - Копирайтинг.		Выходы процесса: Перечень частных компетенций (в виде знаний, умений и навыков), полученных в ходе освоения разделов и тем дисциплины в рамках общих компетенций: <u>знать:</u> – комплексный (интегрированный) подход к формированию операционной стратегии организации в области продакт-менеджмента и стратегического управления; – методологические основы научных исследований в области продакт-менеджмента и стратегического управления, принципы выявления актуальных проблем создания и развития брендов, требующих решения; методы классификации, обобщения, типологизации, сравнительного анализа в области продакт-менеджмента и стратегического управления; – принципы управления брендом со стороны владельцев и потребителей (в том числе потенциальных), основанных на моделях и методах управления новым продуктом, концепциях разработки стратегий развития продукта на рынке на всех этапах его жизненного цикла, на теории поведения потребителей, включая современные модели принятия решений, на методах прогнозирования спроса, на современных технологиях продвижения продукта на рынок; <u>уметь:</u> – проводить анализ внешней среды организации и сравнивать альтернативные операционные стратегии с целью устойчивого развития продакт-менеджмента и стратегического управления организации; – использовать ключевые положения концеп-

Обозначение документа	Пункт ГОСТ Р ИСО 9001-2011	Наименование процесса
Б1.В.01	7.3 и 7.5	Преподавание дисциплины «Продакт-менеджмент и стратегическое управление»
		ций и инструменты «Lean Production» (Бережливое производство) и «Шесть сигм» в области продакт-менеджмента и стратегического управления организации; – формулировать проблемы для постановки задач и выработки гипотез в области продакт-менеджмента и стратегического управления по результатам исследования; – выстраивать логику научного исследования, разрабатывать план исследования, осуществлять выбор методов и инструментов исследования в области продакт-менеджмента и стратегического управления; – проводить анализ и оценку новых рыночных возможностей с целью осуществления продакт-менеджмента и стратегического управления организации; – управлять брендом (портфелем брендов) организации, с учетом стратегии вывода на рынок новых продуктов; <u>владеть:</u> – навыками применения принципов «вытягивающих» (Pull) и «толкающих» (Push) технологий в направлениях продакт-менеджмента и стратегического управления организации; – навыками выбора и применения количественных методов принятия решения в области продакт-менеджмента и стратегического управления, адекватных содержанию управленческой задачи; – техникой аргументации, доказательства и основами научной дискуссии; навыками выполнения научного исследования в области продакт-менеджмента и стратегического управления; – навыками прогнозирования и выявления потенциала бренда с позиции развития продукта на рынке; – навыками оценки эффективности стратегии продвижения бренда
Требования к входам процесса: Соответствие требованиям ФГОС ВО, компетенции, необходимые для изучения данной дисциплины: - способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла (УК-2); - способен применять современные коммуникативные технологии, в том числе на ино-		Требования к выходам процесса: Перечень компетенций, освоенных в ходе изучения дисциплин (в соответствии с ФГОС ВО): способен принимать основанные на принципах оптимизации решения по интеграции бизнес-процессов в организации любой организационно-правовой формы (ПК-1); способен на основе обобщения и оценки резуль-

Обозначение документа	Пункт ГОСТ Р ИСО 9001-2011	Наименование процесса
Б1.В.01	7.3 и 7.5	Преподавание дисциплины «Продакт-менеджмент и стратегическое управление»
странном(ых) языке(ах), для академического и профессионального взаимодействия (УК-4); - способен анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия (УК-5); - способен определять и реализовывать приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки (УК-6); - способен применять современные техники и методики сбора данных, продвинутые методы их обработки и анализа, в том числе использовать интеллектуальные информационно-аналитические системы, при решении управленческих и исследовательских задач (ОПК-2); - способен принимать основанные на принципах оптимизации решения по интеграции бизнес-процессов в организации любой организационно-правовой формы (ПК-1); - способен на основе обобщения и оценки результатов исследований актуальных проблем управления обосновывать актуальность, теоретическую и практическую значимость (ПК-2); - способен самостоятельно осуществить аналитический проект в области менеджмента организации (ПК-3); - способен решать задачи в области маркетинга, связанные с созданием и выводением на рынок новых продуктов, в том числе инновационных, разработкой стратегии развития продукта на рынке в условиях глобализации (ПК-5); - способен самостоятельно организовать реализацию исследовательских проектов, готовить аналитические материалы для принятия управленческих решений в области стратегического и операционного маркетинга (ПК-6).		татов исследований актуальных проблем управления обосновывать актуальность, теоретическую и практическую значимость (ПК-2); способен решать задачи в области маркетинга, связанные с созданием и выводением на рынок новых продуктов, в том числе инновационных, разработкой стратегии развития продукта на рынке в условиях глобализации (ПК-5).
Поставщики процесса: Кафедра, участвующая в преподавании дисциплин, предшествующих изучению данной дисциплины: 1. Кафедра Экономики и Управления		Потребители процесса: Обучающиеся 2 курса очно-заочной формы обучения магистратуры и их будущие работодатели
Управляющие воздействия: ФГОС ВО, рабочий учебный план, рабочая программа по дисциплине, порядок проведения итоговой аттестации по дисциплине (экзамен, зачёт с оценкой, курсовая работа)		Основные ресурсы: 6 з.е (216 часа): Лекции –12 часов; практические занятия – 24 часов; самостоятельная работа –131 часов;

Обозначение документа	Пункт ГОСТ Р ИСО 9001-2011	Наименование процесса
Б1.В.01	7.3 и 7.5	Преподавание дисциплины «Продакт-менеджмент и стратегическое управление»
		контактная работа – 58 часов. Аудиторный фонд; информационно-библиотечные ресурсы
Контролируемые параметры процесса: участие в аудиторной работе, выполнение курсовой работы, выполнение практических работ, выполнение индивидуального задания, тестирование, самостоятельная работа		Методы измерения параметров процесса: Рейтинговая шкала 100 баллов, защита курсовой работы, экзамен
Показатели результативности: выполнение запланированных мероприятий в срок; рейтинг, обеспечивающий допуск к экзамену		Периодичность оценки: непрерывно согласно графику проведения занятий и по завершении изучения дисциплины

2 МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП МАГИСТРАТУРЫ

Дисциплина Б1.В.01 «Продакт-менеджмент и стратегическое управление» входит в Блок 1 «Дисциплины (модули)», в часть, формируемую участниками образовательных отношений.

Таблица 2.1 - Принципы построения дисциплины

Принцип(особенность)	Содержание
Ядро дисциплины	Базовая часть дисциплины: 1 модуль. Введение в продакт-менеджмент и стратегическое управление; 2 модуль. Технологии продакт-менеджмента и стратегического управления
Основные понятия дисциплины (дидактические единицы)	Маркетинговые модели; управление качеством; конкурентоспособность продукта; дизайн-мышление; управление ассортиментом; Марочная политика; юнит-экономика; жизненным циклом продукции
Обеспечение последующих дисциплин образовательной программы (связи с последующими дисциплинами)	Перечень дисциплин, изучение которых опирается на данную: - Производственная практика (научно-исследовательская работа); - Производственная (преддипломная) практика; - Государственная итоговая аттестация (подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы).
Практическая направленность (практическая часть) дисциплины	Практическая часть дисциплины содержит: Практические работы на тему: - Согласование и утверждение темы курсовой работы; - Маркетинговые модели продукта; - Управление разработкой нового продукта; - Продакт-менеджмент деятельность: теория и методики; - Анализ и оценка конкурентоспособности продукта; - Дизайн-мышление и потребность в инновациях;

Принцип(особенность)	Содержание
	- Анализ деятельности продакт-менеджеров на предприятии; - Позиционирование продукта; - Марочная политика; - Совершенствование деятельности продакт-менеджеров на предприятии; - Управление экономикой продукта (юнит-экономика); - Жизненные циклы коммерческой организации.
Учет индивидуальных особенностей обучающихся, реализация права выбора способа учения	Возможность работать в своем темпе; подбор индивидуальных заданий разного уровня сложности
Описание основных “точек” контроля	Рейтинговая шкала 100 баллов, экзамен, зачёт с оценкой, курсовая работа
Дисциплина и современные информационные технологии	Текстовый редактор Word, электронные таблицы <i>Excel</i> , графический редактор Point и другие – как средство оформления документации.

3 ОЖИДАЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБРАЗОВАНИЯ И КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ ПО ЗАВЕРШЕНИЮ ОСВОЕНИЯ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Ожидаемые результаты освоения обучающимися программы учебной дисциплины «Продакт-менеджмент и стратегическое управление» представлены в таблице 3.1.

Таблица 3.1 – Результаты освоения обучающимися программы учебной дисциплины

После изучения дисциплины обучающийся будет:				
Наименование категории (группы) общепрофессиональных компетенций	Коды компетенции	Результаты освоения ОПОП Содержание компетенций	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине	Формы и методы контроля и оценки результатов обучения
1	2	3	4	5
Тип задач профессиональной деятельности: организационно-управленческий	ПК-1	Способен принимать основанные на принципах оптимизации решения по интеграции бизнес-процессов в организации любой организационно-правовой формы	ИД-1_{ПК-1} Знать: – комплексный (интегрированный) подход к формированию операционной стратегии организации в области продакт-менеджмента и стратегического управления; ИД-2_{ПК-1} Уметь: – проводить анализ внешней среды организации и сравнивать альтернативные операционные стратегии с целью устойчивого развития продакт-менеджмента и стратегического управления в организации; – использовать ключевые положения концепций и инструменты «Lean Production» (Бережливое производство) и «Шесть сигм» в продакт-менеджменте и стратегическом управлении организации; ИД-3_{ПК-1} Владеть: – навыками применения принципов «вытягивающих» (Pull) и «толкающих» (Push) технологий в направлениях продакт-менеджмента и стратегического управления в организации; – навыками выбора и применения количественных методов принятия решения в области продакт-менеджмента и стратегического управления в организации, адекватных содержанию управленческой задачи	Текущий контроль: –устный опрос; –защита практических заданий; –защита индивидуальных заданий; –защита курсовых работ; –тестирование.

<i>После изучения дисциплины обучающийся будет:</i>				
Наименование категории (группы) общепрофессиональных компетенций	Коды компетенции	Результаты освоения ОПОП Содержание компетенций	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине	Формы и методы контроля и оценки результатов обучения
1	2	3	4	5
Тип задач профессиональной деятельности: научно-исследовательский	ПК-2	Способен на основе обобщения и оценки результатов исследований актуальных проблем управления обосновывать актуальность, теоретическую и практическую значимость	ИД-1_{ПК-2} Знать: – методологические основы научных исследований в продакт-менеджмента и стратегического управления в организации, принципы выявления актуальных проблем создания и развития брендов, требующих решения; методы классификации, обобщения, типологизации, сравнительного анализа в области продакт-менеджмента и стратегического управления в организации; ИД-2_{ПК-2} Уметь: – формулировать проблемы для постановки задач и разработки гипотез в области продакт-менеджмента и стратегического управления в организации по результатам исследования; выстраивать логику научного исследования, разрабатывать план исследования, осуществлять выбор методов и инструментов исследования в области продакт-менеджмента и стратегического управления в организации; ИД-3_{ПК-2} Владеть: – техникой аргументации, доказательства и основами научной дискуссии; навыками выполнения научного исследования в области продакт-менеджмента и стратегического управления в организации	Текущий контроль: – устный опрос; – защита практических заданий; – защита индивидуальных заданий; – защита курсовых работ; – тестирование.

<i>После изучения дисциплины обучающийся будет:</i>				
Наименование категории (группы) общепрофессиональных компетенций	Коды компетенции	Результаты освоения ОПОП Содержание компетенций	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине	Формы и методы контроля и оценки результатов обучения
1	2	3	4	5
Тип задач профессиональной деятельности: по направленности (профилю) «Продакт-менеджмент и маркетинг»	ПК-5	Способен решать задачи в области маркетинга, связанные с созданием и выводением на рынок новых продуктов, в том числе инновационных, разработкой стратегии развития продукта на рынке в условиях глобализации	ИД-1_{ПК-5} Знать: – принципы управления брендом со стороны владельцев и потребителей (в том числе потенциальных), основанных на моделях и методах управления новым продуктом, концепциях разработки стратегий развития продукта на рынке на всех этапах его жизненного цикла, на теории поведения потребителей, включая современные модели принятия решений, на методах прогнозирования спроса, на современных технологиях продвижения продукта на рынок. ИД-2_{ПК-5} Уметь: – проводить анализ и оценку новых рыночных возможностей с целью осуществления продакт-менеджмента и стратегического управления в организации; – управлять брендом (портфелем брендов) организации, с учетом стратегии вывода на рынок новых продуктов. ИД-3_{ПК-5} Владеть: – навыками прогнозирования и выявления потенциала бренда с позиции развития продукта на рынке; – навыками оценки эффективности стратегии продвижения бренда	

4 СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

4.1 Объем дисциплины и виды учебной работы

Таблица 4.1 – Объем дисциплины и виды учебной работы

(Выписка из рабочего учебного плана)

Форма контроля, семестр		Трудоемкость								Вид уч. занят.	Распределение по курсам и семестрам	
		в часах						в ЗЕ			2 курс	
		с преподавателями				СРС	К	Всего			3 сем.	4 сем.
экз.	зач.	аудиторные занятия		В т.ч. контактная работа								
		ЛК	ПЗ		ЛБ							
1	2	3	4	5	6	7	8	9		10	11	12
4	-	12	24	-	58	131	27	216	5	ЛК	—	12
										ПЗ	—	24
										ЛБ	-	-

4.2 Разделы дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины – 6 зачетных единиц, 216 часов.

Таблица 4.2 – Разделы дисциплины

№ п/п	Раздел дисциплины	Семестр	Вид учебной работы, включая самостоятельную работу обучающихся, трудоемкость						Формы текущего контроля успеваемости
			в часах					в з.е	
			ЛК	ЛБ	ПЗ	Контактная работа	СР		
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
1	Продакт-менеджмент: постановка целей, организация бизнес-процессов	4	6	-	12	29	65	2,61	- устный опрос; -защита курсовой работы; -защита практических работ; - тестирование
2	Продакт-менеджмент: инструменты и технологии	4	6	-	12	29	66	2,64	
3	Контроль	4	27					0,75	Итоговый контроль – экзамен
4	Итого		12	-	24	58	131	6	

4.3 Содержание разделов учебной дисциплины по видам занятий

4.3.1 Лекционные занятия

Таблица 4.3.1 – Характеристика лекционных учебных занятий и самостоятельной работы

№ раздела	Наименование раздела дисциплины, используемые образовательные технологии, интерактивные методы)	Содержание раздела			
		№ темы	Наименование темы, дидактика	Объем, час	Ссылки на компетенции
1	2	3	4	5	6
Семестр 4					
1	Продакт-менеджмент: постановка целей, организация бизнес-процессов	ЛК-1	Место и роль продукта в комплексе маркетинга. Маркетинговые модели продукта	2	ПК-1 ПК-2 ПК-5
		ЛК-2	Управление разработкой нового продукта. Управление качеством продукта	2	
		ЛК-3	Анализ и оценка конкурентоспособности продукта. Виды и формы информации о продуктах	2	
	Самостоятельная работа	СИ-1	Генезис и развитие продакт-менеджмента	10	
		СИ-2	Дизайн-мышление и потребность в инновациях	11	
		СИ-3	Уровни инновационного продукта	11	
		СИ-4	Стратегии продукта	11	
		СИ-5	Командная работа в дизайн-мышлении	11	
	СИ-6	Позиционирование нового продукта	11		
	Промежуточный контроль		Устный опрос, защита ПЗ		
	Контактная работа	КАТТ	Контроль за текущей аттестацией	2	ПК-1 ПК-2 ПК-5
		КРП	Контроль самостоятельной работы под руководством преподавателя	2	
		КСР	Контроль самостоятельной работы студентов	6	
		Конс	Консультации	1	
		ИТОГО:		11	
Итого по разделу 1				Σ6/65/11	
2	Продакт-менеджмент: инструменты и технологии	ЛК-4	Дизайн и упаковка продукта. Позиционирование продукта	2	ПК-1 ПК-2 ПК-5
		ЛК-5	Управление ассортиментом продуктов и продуктовыми категориями. Марочная политика	2	
		ЛК-6	Организация бизнес-процессов по управлению продуктом. Управление экономикой продукта (юнит-	2	

№ раздела	Наименование раздела дисциплины, используемые образовательные технологии, интерактивные методы)	Содержание раздела			
		№ темы	Наименование темы, дидактика	Объем, час	Ссылки на компетенции
1	2	3	4	5	6
Семестр 4					
	Самостоятельная работа		экономика)		
		СИ-7	Жизненные циклы разработки технологического продукта в компаниях	8	
		СИ-8	Инструменты управления жизненным циклом продукции	8	
		СИ-9	Жизненные циклы коммерческой организации	8	
		СИ-10	Жизненный цикл технологического стартапа	9	
		СИ-11	Стадия поиска и валидации клиента	10	
		СИ-12	Стадия развития клиента	8	
		СИ-13	Стадия монетизации	8	
		СИ-14	Стадия масштабирования	7	
Промежуточный контроль			Устный опрос, защита ПЗ, защита курсовой работы		
	Контактная работа	КАТ	Контроль за текущей аттестацией	2	ПК-1 ПК-2 ПК-5
		КРП	Контроль	2	
		КСР	Контроль самостоятельной работы студентов	6	
		КОНС	Консультации	1	
		ИТОГО:		11	
Итого по разделу 2				Σ6/66/11	
Итого по дисциплине				Σ12/131/11	
Итоговый контроль - экзамен				27	
В интерактивной форме обучения				5	

4.3.2 Практические занятия

Таблица 4.3.2 – Характеристика практических учебных занятий

Ссылки на компетенции	№ ПЗ	Тема дисциплины	Объем часов	Содержание
Семестр 4				
ПК-1 ПК-2 ПК-5	ПЗ-2	Маркетинговые модели продукта	2	– дискуссия; – объективные и субъективные характеристики продукта; – практическое значение построение мультиатрибутивной модели продукта; – продуктовое предложение; – контрольные вопросы
	ПЗ-3	Управление разработкой нового продукта		– дискуссия; – новый продукт в маркетинге;

Ссылки на компетенции	№ ПЗ	Тема дисциплины	Объем часов	Содержание
Семестр 4				
				– процесс разработки нового продукта; – причины неудачного вывода нового продукта; – контрольные вопросы
ПК-1 ПК-2 ПК-5	ПЗ-5	Анализ и оценка конкурентоспособности продукта	2	– дискуссия; – понятие и факторы конкурентоспособности продукта; – методы анализа и оценки конкурентоспособности продукта; – контрольные вопросы
	ПЗ-6	Дизайн-мышление и потребность в инновациях		– дискуссия; – роль дизайн-мышления в разработке продукта; – восприятие потребительской ценности продукта; – процесса восприятия потребителем нового продукта; – контрольные вопросы
ПК-1 ПК-2 ПК-5	ПЗ-8	Позиционирование продукта	2	– дискуссия; – понятие позиционирования; – стратегии позиционирования; – контрольные вопросы
	ПЗ-9	Марочная политика		– дискуссия; – понятие марочной политики; – наименования мест происхождения товаров и географические указания; – функции и типы марок; – марочный каннибализм; – стратегии присвоения марочных имен; – оценка товарного знака; – контрольные вопросы
ПК-1 ПК-2 ПК-5	ПЗ-11	Управление экономикой продукта (юнит-экономика)	2	– дискуссия; – понятие юнит-экономики; – продуктовые метрики; – модели монетизации продуктов; – контрольные вопросы
ПК-1 ПК-2 ПК-5	ПЗ-12	Жизненные циклы коммерческой организации	2	– дискуссия; – концепция жизненного цикла продукта; – матрица БКГ для портфельного анализа ассортимента; – карта пути клиента; – контрольные вопросы
Итого по семестру			Σ16	

Ссылки на компетенции	№ ПЗ	Тема дисциплины	Объем часов	Содержание
Семестр 4				
Итого по дисциплине			Σ16	
Итого интерактивные формы обучения			Σ11*	

4.3.3 Лабораторные работы – не предусмотрены.

4.3.4 Курсовая работа (курсовой проект)

Курсовая работа выполняется в 4 семестре и представляет собой работу, направленную на закрепление и углубление знаний по дисциплине «Продакт-менеджмент и стратегическое управление».

Цель курсовой работы – систематизация теоретических знаний и овладение навыками их практического применения для разработки практических рекомендаций по совершенствованию политики продакт-менеджмента и стратегического управления на примере конкретного предприятия и практики разработки и управления брендом на основе полученных теоретических знаний по дисциплине.

При выполнении курсовой работы обучающиеся решают следующие задачи.

1. Исследование теоретических аспектов продакт-менеджмента и стратегического управления.

2. Обобщение современных методов управления продуктом на предприятии.

3. Проведение анализа деятельности продакт-менеджеров конкретного предприятия с точки зрения выбранной темы.

4. Разработка рекомендаций по совершенствованию деятельности продакт-менеджеров предприятия.

5. Формирование умений работы со специальной литературой, справочной, нормативной и правовой документацией и иными информационными источниками.

6. Получение навыков логически грамотно излагать литературные данные, полученные собственные результаты и оформлять текст и иллюстративный материал в пояснительной записке.

7. Формирование умений выступать перед аудиторией с докладом по защите работы, компетентно отвечать на вопросы, вести профессиональную дискуссию, убеждать оппонентов правильности принятых решений.

8. Формирование навыков планомерной регулярной работы над решением поставленных задач.

9. Подготовка к выполнению выпускной квалификационной работы.

Выбор темы курсовой работы осуществляется студентом самостоятельно по согласованию с преподавателем на первом практическом занятии. Рекомендуемые формулировки тем курсовых работ приведены в пункте 6.2.2. Тема курсовой работы может быть предложена обучающимся при условии обоснования им ее целесообразности. Обсуждение порядка выполнения глав курсовой работы осуществляется на практических занятиях согласно тематическому плану (таблица 4.3.4).

Таблица 4.3.4 – Характеристика практических занятий для написания курсовой работы

Ссылки на компетенции	№ ПЗ	Тема ПЗ	Объем часов	Содержание
-----------------------	------	---------	-------------	------------

Семестр 4				
ПК-1 ПК-2 ПК-5	ПЗ-1	Согласование и утверждение темы курсовой работы	2	– обсуждение тематики курсовых работ; – дискуссия (обсуждение вопросов по написанию курсовой работы); – контрольные вопросы
ПК-1 ПК-2 ПК-5	ПЗ-4	Продакт-менеджмент деятельность: теория и методики	2	– обсуждение теоретических аспектов продакт-менеджмента – с целью написания первого (теоретического) раздела курсовой работы; – подбор литературы для написания раздела курсовой работы; – контрольные вопросы
ПК-1 ПК-2 ПК-5	ПЗ-7	Анализ деятельности продакт-менеджеров на предприятии	2	– обсуждение особенностей осуществления деятельности продакт-менеджеров на предприятии – с целью написания второго (аналитического) раздела курсовой работы; – сбор информации для написания раздела курсовой работы; – контрольные вопросы
ПК-1 ПК-2 ПК-5	ПЗ-10	Совершенствование деятельности продакт-менеджеров на предприятии	2	– обсуждение особенностей осуществления деятельности предприятием (объектом наблюдения) с целью написания третьего раздела (практического) курсовой работы; – сбор информации для написания раздела курсовой работы; – контрольные вопросы
Итого по семестру			Σ8	
Итого по дисциплине			Σ8	
Итого интерактивные формы обучения			-	

Результаты работы над курсовой работой оформляются в виде пояснительной записки и иллюстративного материала к докладу (электронной презентации).

Высокий уровень требований, предъявляемых к выполнению и защите курсовой работы, определяет необходимость ритмичной самостоятельной работы студента и его постоянного контакта при работе с руководителем.

5 ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

При освоении дисциплины используются следующие сочетания видов учебной работы с методами и формами активизации познавательной деятельности магистров для достижения запланированных результатов обучения и формирования компетенций (таблица 5.1).

Таблица 5.1 – Интерактивные образовательные технологии

Методы и формы активизации деятельности	Виды учебной деятельности			
	ЛК	ПЗ	ЛР	СРС
1	2	3	4	5
Дискуссия	x			

Методы и формы активизации деятельности	Виды учебной деятельности			
	ЛК	ПЗ	ЛР	СРС
1	2	3	4	5
ИТ-методы		x		x
Командная работа				x
Опережающая СРС				x
Проблемное обучение				x
Разбор конкретных ситуаций	x	x		
Проверка домашних заданий и консультирование посредством электронной почты		x		x

Для достижения поставленных целей преподавания дисциплины реализуются следующие средства, способы:

- теоретический материал дисциплины изучается на лекциях с использованием мультимедиа;
- самостоятельное изучение теоретического материала дисциплины с использованием Internet-ресурсов, информационных баз, методических разработок, специальной учебной и научной литературы;
- закрепление теоретического материала при выполнении лабораторных работ с использованием ИТ-технологий, выполнение проблемно-ориентированных, творческих заданий.

6 УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ, ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ПО ИТОГАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

В соответствии с ФГОС ВО выпускник по направлению подготовки 38.04.02 Менеджмент, программа магистратуры «Продакт – менеджмент и маркетинг» квалификации «магистр» после изучения данной дисциплины должен обладать следующими компетенциями, представленными в таблице 6.1. Содержание самостоятельной работы обучающихся представлено в таблице 6.2.

Таблица 6.1 – Компетентностные характеристики обучающегося по дисциплине «Продакт-менеджмент и стратегическое управление»

Индекс	Наименование компетенции	Содержание компетенции	Технологии формирования	Форма оценочного средства*
1	2	3	4	5
ПК-1	Профессиональные	Способен принимать основные на принципах оптимизации решения по интеграции бизнес-процессов в организации любой организационно-правовой формы	ЛК ПЗ КР СРС	–устный опрос; –защита практических заданий; –защита индивидуальных заданий; –тестирование;
ПК –2		Способен на основе обобщения и оценки результатов ис-		

Индекс	Наименование компетенции	Содержание компетенции	Технологии формирования	Форма оценочного средства*
1	2	3	4	5
		следований актуальных проблем управления обосновывать актуальность, теоретическую и практическую значимость		–защита курсовых работ; –зачёт с оценкой; –экзамен
ПК-5		Способен решать задачи в области маркетинга, связанные с созданием и выведением на рынок новых продуктов, в том числе инновационных, разработкой стратегии развития продукта на рынке в условиях глобализации		

Таблица 6.2 – Содержание самостоятельной работы обучающихся

№ п/п	Виды самостоятельной работы	Тема дисциплины курса	Форма контроля
1	2	3	4
1	Изучение учебно-методической и научно-методической литературы	1-2	Устный опрос
2	Выполнение и подготовка к защите практических работ	1-2	Устный опрос, защита практических работ
3	Выполнение и подготовка к защите индивидуальных заданий	1-2	Устный опрос, защита индивидуального задания
4	Выполнение и подготовка к защите курсовой работы	1-2	Устный опрос, защита курсовой работы

На самостоятельную работу выделяется 131 час.

6.1 Формы контроля:

К-1 Защита практических заданий;

К-2 Защита индивидуальных заданий;

К-3 Выполнение теста;

К-4 Защита курсовой работы;

К-5 Экзамен по дисциплине, включающий в себя весь лекционный курс и вопросы для самостоятельного изучения.

Для оценки качества учебной деятельности обучающихся применяется балльно-рейтинговая система (БРС). Оценка по дисциплине за семестр равна сумме баллов за работу в семестре (0-60) и числа баллов полученных на экзамене (0-40). Максимальный рейтинг, который обучающийся может получить за семестр 100 баллов. Максимальный балл проставляется за качественное и своевременное выполнение работ и требований к ним по всем видам деятельности обучающихся.

Баллы за работу в семестре включают в себя:

Баллы за работу на лекции: присутствие на лекции; введение конспекта.

Баллы за практические занятия: присутствие на занятии; ритмичность работы; оформление отчета; защита отчета.

Баллы за индивидуальное задание: реферат – это учебно-исследовательская работа студента, направленная на углубленное изучение им определенной темы. Реферат, не соответствующий требованиям, не оценивается, такой реферат возвращается студенту на доработку. Защита рефератов открытая, за углубленную проработку отдельных вопросов реферата, выполнение презентации, студент может получить дополнительные баллы. При сдаче рефератов позже установленного срока баллы снижаются.

Баллы за тестирование – итоговый тест включает 30 тестовых заданий, положительная оценка является допуском к экзамену.

Баллы за самостоятельную и дополнительную работу: оценивается самостоятельное изучение обучающимся модулей курса. Самостоятельная работа может быть выполнена в виде сообщения, структурно-логической схемы, таблицы, конспекта. Обучающийся может получить дополнительные баллы, если выполнял творческую работу (презентации, наглядные образцы и др.).

Итоговая аттестация: изучение курса завершается экзаменом. К экзамену допускаются обучающиеся, набравшие по дисциплине 40 и более баллов. Экзамен проводится в устной форме. Минимальное количество баллов за экзамен – 10, максимальное – 40. Обучающийся, набравший за семестр менее 40 баллов, к экзамену не допускается, пока не сдаст не зачтенные темы.

Образец балльно-рейтингового листа приведен в ПРИЛОЖЕНИИ А (таблица А1, А.2).

6.2 Оценочные материалы для текущего контроля и аттестации студента представлены в методических указаниях «Фонд оценочных материалов по дисциплине «Продакт-менеджмент и стратегическое управление».

6.2.1 Вопросы к экзамену

1. Алгоритм разработки нового продукта
2. Анализ и оценка конкурентоспособности продукта
3. Виды, формы и требования к информации о продукте
4. Восприятие потребительской ценности продукта
5. Генезис и развитие продакт-менеджмента
6. Дизайн-мышление и его роль в разработке продукта
7. Жизненные циклы коммерческой организации
8. Жизненные циклы разработки технологического продукта в компаниях
9. Жизненный цикл продукта
10. Жизненный цикл технологического стартапа
11. Инструменты и средства позиционирования нового продукта
12. Инструменты повышения качества работы группы разработчиков продукта
13. Инструменты управления жизненным циклом продукции
14. Карта пути клиента
15. Классификационные характеристики продукта
16. Командная работа в дизайн-мышлении
17. Маркетинговые модели продукта
18. Марочная политика
19. Марочный каннибализм
20. Матрица БКГ для проведения портфельного анализа ассортимента

21. Место и роль продукта в комплексе маркетинга
22. Методика построения «Дом качества»
23. Методы и инструменты позиционирования нового продукта
24. Методы разработки ассортимента
25. Модели монетизации продуктов
26. Модель продукта Ж.-Ж. Ламбена
27. Модель продукта Т. Левитта
28. Новый продукт и инновация
29. Объективные и субъективные характеристики продукта
30. Организация бизнес-процессов по управлению продуктом
31. Основные понятия и требования к упаковке
32. Оценка инновационности продукта
33. Оценка товарного знака
34. Понятие и факторы конкурентоспособности продукта
35. Понятие позиционирования продукта
36. Понятие продуктового предложения
37. Продуктовые метрики
38. Процесс принятия потребителем нового продукта
39. Процесс разработки нового продукта
40. Пятиуровневая модель продукта Ф. Котлера
41. Решения по управлению ассортиментом
42. Роль и функции упаковки продукта
43. Российское законодательство в области управления продуктом
44. Современные принципы инноваций
45. Специалисты и должности, связанные с управлением продуктами
46. Стадия масштабирования
47. Стадия монетизации
48. Стадия поиска и валидации клиента
49. Стадия развития клиента
50. Стратегии позиционирования продукта
51. Стратегии присвоения марочных имен
52. Стратегии развития ассортимента
53. Стратегии развития продуктов
54. Тенденции развития потребительской упаковки
55. Уникальное торговое предложение и уникальное ценностное предложение
56. Управление ассортиментом продуктов и продуктовыми категориями
57. Управление качеством продукта
58. Управление разработкой нового продукта
59. Управление экономикой продукта (юнит-экономика)
60. Функции и типы марок

6.2.2 Темы курсовых работ:

1. Анализ компетенций продакт-менеджера в управлении модного продукта
2. Анализ компетенций продакт-менеджера для субъекта малого предприни-

мательства

3. Исследование проблем назначения продакт-менеджера в индустрии моды
4. Исследование проблем назначения продакт-менеджера инновационного стартапа
5. Продакт –менеджмент как искусство управления продуктом
6. Продакт-менеджмент в системе маркетинга компании
7. Продакт-менеджмент в системе управления бизнес-процессами предприятия
8. Продакт-менеджмент в сфере B2B
9. Продакт-менеджмент в эпоху цифровой трансформации
10. Продакт-менеджмент как элемент комплекса маркетинга
11. Продакт-менеджмент и маркетинг инноваций
12. Продакт-менеджмент как новый этап развития маркетинг-менеджмента
13. Роль продакт-менеджера в индустрии моды
14. Управление потребностями клиентов через управление продуктом на конкурентном рынке
15. Управление разработкой инновационных продуктов

6.2.3 Образец экзаменационного билета

МИНИСТРЕСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
НОВОСИБИРСКИЙ ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЙ ИНСТИТУТ (ФИЛИАЛ)
 ФЕДЕРАЛЬНОГО ГОСУДАРСТВЕННОГО БЮДЖЕТНОГО ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО УЧРЕЖДЕНИЯ
 ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМ. А.Н. КОСЫГИНА (ТЕХНОЛОГИИ. ДИЗАЙН. ИСКУССТВО)»
 (НТИ (филиал) РГУ им. А.Н. Косыгина)

ЭКЗАМЕНАЦИОННЫЙ БИЛЕТ № 01
 По дисциплине: Продакт-менеджмент и стратегическое управление
 Курс 2, семестр 4
 Направление: 38.04.02 Менеджмент
 Программа магистратуры: Продакт-менеджмент и маркетинг
 Факультет: ТиД

-
1. Восприятие потребительской ценности продукта (знать).
 2. Командная работа в дизайн-мышлении (уметь).
 3. Построить мультиатрибутивную модель продукта Ф.Котлера для конкретного продукта (владеть).

Составил: доц., канд. экон. наук Сапрыкина О.А.
 Утвердил: декан ФТиД Бунькова Т.О.
 Утв. кафедрой ЭиУ, прот. №1 от 29.08.2025

7 УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

7.1. Информация по учебно-методическому и информационному обеспечению дисциплины «Продакт-менеджмент и стратегическое управление» представлена в таблице 7.1

7.2 Программное обеспечение

Для выполнения заданий по дисциплине «Продакт-менеджмент и стратегическое управление» обучающиеся используют:

– программное обеспечение: Windows 10 Pro, MS Office 2019; LibreOffice; Microsoft SQL Server 2017 Developer Edition;

– российский информационно-аналитический портал в области науки, технологии, медицины и образования eLIBRARY;

– профессиональные базы данных, информационные справочные системы:

Некоммерческое партнерство «Гильдия маркетологов». – URL: <https://www.marketologi.ru/>;

Справочная правовая система КонсультантПлюс. – URL: <http://www.consultant.ru/> (некоммерческая версия);

Информационно-правовой портал Гарант.ру. – URL: <https://www.garant.ru/> (некоммерческая версия);

Государственный информационный ресурс бухгалтерской (финансовой) отчетности. – URL: <https://bo.nalog.ru/>;

Портал «Прозрачный бизнес»: проверь себя и контрагента. – URL: <https://pb.nalog.ru/>;

Портал о компаниях «За честный бизнес». – URL: <https://zachestnyibiznes.ru/>;

Центр раскрытия корпоративной информации. – URL: <https://www.e-disclosure.ru/>;

Научная электронная библиотека КиберЛенинка. – URL: <https://cyberleninka.ru/>

Таблица 7.1 – Обеспечение образовательного процесса по образовательной программе направления подготовки 38.04.02 Менеджмент учебной и учебно-методической литературой

№ п/п	Наименование дисциплины в соответствии с рабочим учебным планом	Автор, название, место издания, издательство, год издания учебной и учебно-методической литературы	Кол-во экземпляров	Кол-во экземпляров литературы на одного обучающегося
Б1.В.01	Продакт-менеджмент и стратегическое управление	<i>Основная литература:</i> Б-1 Алешникова, В.И. Основы управления продуктом: учебное пособие / В.И. Алешникова. - Москва: ИНФРА-М, 2024. - 220 с. - URL: https://znanium.ru/read?id=446172 Б-2 Харина, О.С. Управление стартапом и жизненным циклом технологического продукта: учебное пособие / О.С. Харина, Э.Р. Жданов, Д. Попель. - Чебоксары: Среда, 2024. - 149 с. - URL: https://znanium.ru/read?id=460525 Б-3 Маркетинговое управление разработкой продукта: учебное пособие / И.И. Скоробогатых, М.А. Солнцев, Ж.Б. Мусатова, П.Ю. Невоструев; под общ. ред. И.И. Скоробогатых. - Москва: Дашков и К, 2022. - 176 с. - URL: https://znanium.ru/read?id=421532 <i>Дополнительная литература:</i> Б-4 Борискова, Л.А. Управление разработкой и внедрением нового продукта: учебное пособие / Л.А. Борискова, О.В. Глебова, И.Б. Гусева. - Москва: ИНФРА-М, 2020. - 272 с. - URL: https://znanium.ru/read?id=398982 Б-5 Кристенсен, К. М. Закон успешных инноваций: Зачем клиент «нанимает» ваш продукт и как знание об этом помогает новым разработкам / Кристенсен К.М. - Москва: Альпина Пабл., 2017. - 268 с. - URL: https://znanium.ru/read?id=303641 Б-6 Альварес, С. Как создать продукт, который купят. Метод Lean Customer Development: Учебное пособие / Альварес С. - Москва: Альпина Паблишер, 2016. - 248 с. - URL: https://znanium.ru/read?id=198502 Б-7 Кнапп, Д. Спринт: Как разработать и протестировать новый продукт всего за пять дней: практическое руководство / Д. Кнапп, Б. Ковитц, Д. Зерацки. - Москва: Альпина Паблишер, 2017. - 368 с. - URL: https://znanium.ru/read?id=441078 Б-8 Филимонов, С.Ю. Я РМ. Проджект-менеджер: системный подход и лучшие практики: практическое руководство / С. Ю. Филимонов. - Москва: Альпина ПРО, 2022. - 94 с. - URL: https://znanium.ru/read?id=441754 <i>Учебно-методическая литература:</i> М-1 Сапрыкина, О.А. Методические указания к выполнению практических работ по дисциплине «Продакт-менеджмент и стратегическое управление» /О.А. Сапрыкина. – Новосибирск: НТИ (филиал) РГУ им. А.Н. Ко-	100%	

№ п/п	Наименование дисциплины в соответствии с рабочим учебным пла- ном	Автор, название, место издания, издательство, год издания учебной и учебно-методической литературы	Кол-во экзем- пляров	Кол-во эк- земпляров литературы на одного обучающе- гося
		сыгина, 2025. - URL: https://moodle.ntirgu.ru М-2 Сапрыкина, О.А. Методические указания к выполнению курсовой работы по дисциплине «Продакт-менеджмент и стратегическое управление» /О.А. Сапрыкина. – Новосибирск: НТИ (филиал) РГУ им А.Н. Косыгина, 2025. - URL: https://moodle.ntirgu.ru М-3 Сапрыкина, О.А. Методические указания для организации самостоятельной работы обучающихся по дисциплине «Продакт-менеджмент и стратегическое управление» /О.А. Сапрыкина. – Новосибирск: НТИ (филиал) РГУ им. А.Н. Косыгина, 2025. - URL: https://moodle.ntirgu.ru	100% 100%	

Заведующая библиотекой _____ Русских Н.И.

личная подпись

расшифровка подписи

дата

8 УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

8.1 Материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля)

- Лекции:
 - ✓ аудитория, оснащенная презентационной техникой: проектор, экран, компьютеры/ноутбук.
- Практические работы
 - ✓ аудитория, оснащенная презентационной техникой: проектор, экран, компьютеры/ноутбук.

Информация о наличии специализированных аудиторий, лабораторий, технических средств обучения и т.д. представляется в виде таблицы (табл.8.1).

Таблица 8.1 – Обеспечение образовательного процесса по программе оборудованными учебными кабинетами, объектами для проведения практических занятий

№ п/п	Наименование дисциплины в соответствии с рабочим учебным планом	Наименование оборудованных учебных кабинетов, объектов для проведения лабораторных/практических занятий с перечнем основного оборудования	Фактический адрес учебных кабинетов и объектов
1	2	3	4
Б1.В.01	Продакт-менеджмент и стратегическое управление	Лекции - аудитории, оснащенные электронным мультимедийным оборудованием: проектор, экран, компьютеры/ноутбук. Практические занятия: Ауд. 504 - Учебная для проведения занятий лекционного и семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля, промежуточной аттестации (Ассортиментный кабинет): Аудиторная мебель – столы 12шт., стулья 14 шт., шкаф 3шт, стол преподавателя, доска аудиторная. Ноутбук с базовым лицензионным программным обеспечением и подключенным к сети Интернет. Комплект демонстрационного оборудования (экран и мультимедиа проектор). Комплект учебно-наглядных пособий, обеспечивающих тематические иллюстрации по дисциплине. Ауд. 214 - Учебная аудитория для проведения занятий лекционного и семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля, промежуточной аттестации (компьютерный класс): Аудиторная мебель - компьютерные столы 11 шт., столы 3 шт., стулья 15 шт., компьютер в комплекте - 11 шт. с базовым лицензионным программным обеспечением и подключенным к сети Интернет; стол преподавателя, доска аудиторная для писания мелом. Ком-	Новосибирск, Красный проспект, 35 НТИ (филиал) РГУ им. А.Н. Косыгина

№ п/п	Наименование дисциплины в соответствии с рабочим учебным планом	Наименование оборудованных учебных кабинетов, объектов для проведения лабораторных/практических занятий с перечнем основного оборудования	Фактический адрес учебных кабинетов и объектов
1	2	3	4
Б1.В.01	Продакт-менеджмент и стратегическое управление	плект демонстрационного оборудования (экран и мультимедиа проектор). Комплект учебно-наглядных пособий, обеспечивающих тематические иллюстрации по дисциплине.	Новосибирск, Красный проспект, 35 НТИ (филиал) РГУ им. А.Н. Косыгина

9 УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКАЯ КАРТА ДИСЦИПЛИНЫ (4 семестр)

№ нед.	Номер темы учебных занятий			Используемые учебно-методические материалы	Самостоятельная работа студентов (СРС)	Форма контроля
	ЛК	ПЗ	ЛБ			
1	2	3	4	5	6	7
1	ЛК-1, ЛК-2	ПЗ-1		Б-1 – Б-7, М-1 – М-3	СИ-1 – СИ-3	БРС
2	–	–		Б-1 – Б-7, М-1, М-3	СИ-1 – СИ-3	БРС
3	–	ПЗ-2, ПЗ-3		Б-1 – Б-7, М-1 – М-3	СИ-1 – СИ-3	БРС
4	–	–		Б-1 – Б-7, М-1, М-3	СИ-1 – СИ-3	БРС
5	ЛК-3, ЛК-4	ПЗ-4		Б-1 – Б-7, М-1 – М-3	СИ-1 – СИ-3	БРС
6	–	–		Б-1 – Б-7, М-1, М-3	СИ-1 – СИ-3	БРС
7	–	ПЗ-5, ПЗ-6		Б-1 – Б-7, М-1 – М-3	СИ-4 – СИ-6	БРС
8	–	–		Б-1 – Б-7, М-1, М-3	СИ-4 – СИ-6	БРС
9	ЛК-5, ЛК-6	ПЗ-7		Б-1 – Б-7, М-1, М-3	СИ-4 – СИ-6	БРС
10	–	–		Б-1 – Б-7, М-1, М-3	СИ-4 – СИ-6	БРС
11	–	ПЗ-8, ПЗ-9		Б-1 – Б-7, М-1, М-3	СИ-4 – СИ-6	БРС
12	–	–		Б-1 – Б-7, М-1, М-3	СИ-4 – СИ-6	БРС
13	–	ПЗ-10		Б-1 – Б-7, М-3	СИ-1 – СИ-6	БРС, КР
14	–	–		Б-1 – Б-7, М-3		
15	–	ПЗ-11, ПЗ-12		Б-1 – Б-7, М-3		Экзамен

10 ПРОТОКОЛ СОГЛАСОВАНИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ С ДРУГИМИ ДИСЦИПЛИНАМИ НАПРАВЛЕНИЯ НА 2025/2026 УЧЕБНЫЙ ГОД

Наименование дисциплин, изучение которых опирается на данную	Кафедра	Предложения об изменениях в раб. программу и подпись зав. кафедрой	Решение, принятое кафедрой, разрабатывающей программу и подпись зав. кафедрой
Производственная практика (научно-исследовательская работа);	ЭиУ		
Производственная (преддипломная) практика	ЭиУ		
Государственная итоговая аттестация (подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы)	ЭиУ		

Декан ФТиД _____
личная подпись
расшифровка подписи
дата

11 ДОПОЛНЕНИЯ И ИЗМЕНЕНИЯ К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ НА 20__/20__ УЧЕБНЫЙ ГОД

В рабочую программу вносятся следующие изменения:

- 1)
- 2)

Рабочая программа пересмотрена на заседании кафедры _____
«__» _____ 20__ г.

Заведующий кафедрой _____
личная подпись
расшифровка подписи
дата

Заведующая библиотекой _____
личная подпись
расшифровка подписи
дата

Декан ФТиД _____
личная подпись
расшифровка подписи
дата

ПРИЛОЖЕНИЕ А

Таблица А.1 - Оценка знаний студентов по балльно-рейтинговой системе по дисциплине «Продакт-менеджмент и стратегическое управление», 38.04.02 «Менеджмент», программа магистратуры «Продакт-менеджмент и маркетинг».

очно - заочная форма обучения

(2 курс, 4 семестр)

Вид контроля	Баллы	ДМ-1					ДМ-2					РР	ДМ-3			ДМ-4					РР	Всего
		ТР (неделя)									Итого	ТР (неделя)									Итого	
		1	2	3	4	5	6	7	8	9		10	11	12	13	14	15	16	17	18		
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23
Посещаемость лк	0,5	*		*		*		*		*			*									3
Посещаемость пз	0,5	*	*	*	*	*	*	*	*	*		*	*	*								6
Конспекты лекций	5,0												*									5
Ритмичность (пз)	0,3	*	*	*	*	*	*	*	*	*		*	*	*								3,6
Оформление отчета по пз	0,5	*	*	*	*	*	*	*	*	*		*	*	*								6
Защита отчета по пз	1,0	*	*	*	*	*	*	*	*	*		*	*	*								12
Самостоятельная работа	1,7					*							*									3,4
Выполнение и защита индивидуального задания	5													*								5
Выполнение и защита курсовой работы	10												*									10
Тестирование	6													*								6
Рейтинг по дисциплине (промежуточный)																						60
Экзамен																						40
Рейтинг по дисциплине (итоговый)																						100

Примечание: ДМ-дисциплинарный модуль; ТР-текущий рейтинг; РР-рубежный рейтинг; РР-промежуточный рейтинг

Преподаватель: _____ / О.А. Сапрыкина /

Зав. кафедрой ЭиУ: _____ /О.А. Сапрыкина/

Таблица А.2 - Рейтинговый лист по дисциплине «Продакт-менеджмент и стратегическое управление» студента гр. _____

(курс 2, семестр 4)

Нед.	№ ЛК, ПЗ	Час	Тема лекции, практической работы	Рейтинговая оценка											
				посещаемость		ритмичность		отчёт/ конспект		Защита ПЗ/ защита ИЗ		КР		СР/тест	
				план	факт	план	факт	план	факт	план	факт	план	факт	план	факт
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16
1	ЛК-1	2	Место и роль продукта в комплексе маркетинга. Маркетинговые модели продукта	0,5		-		-		-		-		-	
3	ЛК-2	2	Управление разработкой нового продукта. Управление качеством продукта	0,5		-		-		-		-		-	
5	ЛК-3	2	Анализ и оценка конкурентоспособности продукта. Виды и формы информации о продуктах	0,5		-		-		-		-		1,7	
7	ЛК-4	2	Дизайн и упаковка продукта. Позиционирование продукта	0,5		-		-		-		-		-	
9	ЛК-5	2	Управление ассортиментом продуктов и продуктовыми категориями. Марочная политика	0,5		-		-		-		-		-	
11	ЛК-6	2	Организация бизнес-процессов по управлению продуктом. Управление экономикой продукта (юнит-экономика)	0,5		-		5		-		-		1,7	
1	ПЗ-1	2	Согласование и утверждение темы курсовой работы	0,5		0,3		0,5		1		-		-	
2	ПЗ-2	2	Маркетинговые модели продукта	0,5		0,3		0,5		1		-		-	
3	ПЗ-3	2	Управление разработкой нового продукта	0,5		0,3		0,5		1		-		-	
4	ПЗ-4	2	Продакт-менеджмент деятельность: теория и методики	0,5		0,3		0,5		1		-		-	

Нед.	№ ЛК, ПЗ	Час	Тема лекции, практической работы	Рейтинговая оценка											
				посещаемость		ритмичность		отчёт/ конспект		Защита ПЗ/ защита ИЗ		КР		СР/тест	
				план	факт	план	факт	план	факт	план	факт	план	факт	план	факт
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16
5	ПЗ-5	2	Анализ и оценка конкурентоспособности продукта	0,5		0,3		0,5		1		-		-	
6	ПЗ-6	2	Дизайн-мышление и потребность в инновациях	0,5		0,3		0,5		1		-		-	
7	ПЗ-7	2	Анализ деятельности продакт-менеджеров на предприятии	0,5		0,3		0,5		1		-		-	
8	ПЗ-8	2	Позиционирование продукта	0,5		0,3		0,5		1		-		-	
9	ПЗ-9	2	Марочная политика	0,5		0,3		0,5		1		-		-	
10	ПЗ-10	2	Совершенствование деятельности продакт-менеджеров на предприятии	0,5		0,3		0,5		1		-		-	
11	ПЗ-11	2	Управление экономикой продукта (юнит-экономика)	0,5		0,3		0,5		1		10		-	
12	ПЗ-12	2	Жизненные циклы коммерческой организации	0,5		0,3		0,5		1/5		-		6	
Итого:		36	Всего:	9		3,6		11		17		10		9,4	
			Дополнительный рейтинг:	10											
			Максимальный балл к экзамену:	9+3,6+11+17+10+9,4 = 60											
			Минимальный балл к экзамену:	40											

Примечание: Посещаемость лекций, практических занятий – 0,5 балла;

Проверка наличия конспектов лекций (неделя 11) – 5 баллов;

Выполнение практического задания в срок (ритмичность) – 0,3 балла, отсутствие – 0 баллов, отработка – 0,2 балла;

Составление отчёта о выполнении практического занятия – 0,5 балл;

Защита отчёта о выполнении практического занятия – 1 балла;

Выполнение и защита курсовой работы – 10 баллов;

Контроль выполнения самостоятельной работы – 1,7 баллов;

Выполнение и защита индивидуального задания – 5 баллов;

Дополнительные виды работ – 10 баллов;

Тестирование – 6 баллов;
Минимальный балл для допуска к экзамену – 40 баллов.

Преподаватель _____

Итого:	Балл:	Оценка:
--------	-------	---------

РЕЦЕНЗИЯ
на рабочую программу дисциплины
«Продакт-менеджмент и стратегическое управление»
основной профессиональной образовательной программы
НТИ (филиала) РГУ им. А.Н. Косыгина
по направлению 38.04.02 Менеджмент
программа магистратуры «Продакт-менеджмент и маркетинг»

В соответствии с ФГОС ВО по направлению 38.04.02 Менеджмент программа магистратуры «Продакт-менеджмент и маркетинг» дисциплина изучается в рамках подготовки магистратуры – в части, формируемой участниками образовательных отношений

Разработчик рабочей программы дисциплины (РПД):
доцент кафедры ЭиУ НТИ (филиала) РГУ им.А.Н. Косыгина Сапрыкина О.А.

№ п/п	Критерии оценки РПД	Отметка о соответствии
1	Цели изучения дисциплины	Да
2	Цели соотнесены с общими целями основной образовательной программы (ОПОП), в том числе: -имеют междисциплинарный характер, - связаны с задачами воспитания.	Да
3	Прописана связь дисциплины с другими дисциплинами рабочего учебного плана по ОПОП	Да
4	Прописан вклад дисциплины при формировании компетенций (ПК-1, ПК-2, ПК-5): - по ФГОС ВО по направлению(ям), -по ОПОП	Да
5	При формировании требований к результатам обучения по дисциплине (знать, уметь, владеть) учтены результаты обучения, приведённые во ФГОС ВО по направлению(ям)	Да
6	Содержание дисциплины структурировано по видам учебных занятий с указанием их объёмов	Да
7	Расчёт времени в программе соответствует объёму часов , отведённое на изучение дисциплины по учебному плану	Да
8	Представлен тематический план лекций и практических (лабораторных, семинарских) занятий	Да
9	Отражены современные достижения науки применительно к конкретной дисциплине	Да
10	Указано учебно-методическое обеспечение дисциплины, в том числе: - перечень основной и дополнительной литературы, электронных ресурсов; - методические рекомендации (материалы) преподавателю; -методические рекомендации студентам.	Да
11	Указаны формы текущего, промежуточного и итогового контроля	Да
12	В приложении к программе приведены фонды оценочных материалов (ФОМ): вопросы для самоконтроля и проверки качества знаний студентов; комплект тестов по дисциплине; методические рекомендации по проведению практических занятий; комплект экзаменационных билетов	Да
13	ФОМ содержат материалы, разработанные на основе реальных практических ситуаций, в том числе, связанных со спецификой малого и среднего бизнеса	Да
14	Выявленные недостатки/замечания _ ации рецензента: (необходимость сокращения, дополнения или переработки отдельных частей текста	Нет

№ п/п	Критерии оценки РПД	Отметка о со- ответствии
	рукописи)	
15	К процессу разработки и актуализации РПД и учебно-методических материалов дисциплины привлекаются работодатели, ориентированные на выпускников программы: участие в разработке содержания программы, предоставление исходных материалов для анализа, расчётных программ, фильтров и прочее	Нет

РПД «Продакт-менеджмент и стратегическое управление» может быть использована для методического обеспечения учебного процесса в рамках основной профессиональной образовательной программы НТИ (филиала) РГУ им. А.Н. Косыгина по направлению 38.04.02 Менеджмент, программа магистратуры «Продакт-менеджмент и маркетинг» в представленном виде.

Рецензент:

канд.экон.наук, доц. кафедры ЭиУ

Н.И. Воронина