

**Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования
«РОССИЙСКАЯ АКАДЕМИЯ НАРОДНОГО ХОЗЯЙСТВА
И ГОСУДАРСТВЕННОЙ СЛУЖБЫ
ПРИ ПРЕЗИДЕНТЕ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ»**

ИНСТИТУТ ОТРАСЛЕВОГО МЕНЕДЖМЕНТА

Факультет рыночных технологий

Кафедра маркетинга и рекламы

УТВЕРЖДЕНА

решением кафедры маркетинга и рекламы

Протокол от «11» июня 2019 г.

№ 8

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.В.ДВ.04.02 Product&Design менеджмент

направление подготовки

38.04.02 – Менеджмент

Направленность (профиль) "Цифровая трансформация в бизнесе"

Квалификация

Магистр

Форма обучения

Очная

Год набора – 2020

Москва, 2019 г.

Автор-составитель:

доцент кафедры маркетинга и рекламы, канд. экон. наук Ю.В. Сяглова

И.о. заведующей кафедры маркетинга и рекламы, к.э.н., доцент Ю.В. Сяглова

СОДЕРЖАНИЕ

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы
2. Объем дисциплины в зачетных единицах с указанием количества академических или астрономических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся и место дисциплины в структуре образовательной программы
3. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических или астрономических часов и видов учебных занятий и структура дисциплины
4. Материалы текущего контроля успеваемости обучающихся и фонд оценочных средств промежуточной аттестации по дисциплине
5. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины
6. Основная и дополнительная учебная литература, необходимая для освоения дисциплины, ресурсы информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", включая перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине
7. Материально-техническая база, информационные технологии, используемые при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

1.1. Дисциплина Б1.В.ДВ.04.02 «Product&Design менеджмент» обеспечивает овладение следующими компетенциями с учетом этапа:

Код компетенции	Наименование компетенции	Код этапа освоения компетенции	Наименование этапа освоения компетенции
ПК-3	Способностью использовать современные методы управления корпоративными финансами для решения стратегических задач	ПК-3.1	Формирование способности решать стратегические задачи, используя маркетинговые исследования и современные методы управления корпоративными финансами

1.2. В результате освоения дисциплины у студентов должны быть сформированы:

ОТФ/ТФ/трудовые или профессиональные действия	Код этапа освоения компетенции	Результаты обучения
ПС-08.035 В/01.7 - Разработка, тестирование и внедрение инновационных товаров (услуг), создание нематериальных активов (брендов) и управление ими в организации; В/02.7 - Разработка, внедрение и совершенствование политики ценообразования в организации; В/03.7 - Разработка, внедрение и совершенствование системы распределения (дистрибуции) и сбытовой политики в организации; В/04.7 - Разработка, внедрение и совершенствование системы маркетинговых коммуникаций в организации	ПК-3.1	на уровне знаний: основные понятия, термины и определения продуктового управления в менеджменте. Стратегии продуктового управления.
		на уровне умений: умение формировать стратегии продуктового управления и оценивать их эффективность в цифровой среде.
		на уровне навыков: применять основные стратегии продуктового управления продуктом в цифровой среде.

2. Объем дисциплины в зачетных единицах с указанием количества академических или астрономических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся и место дисциплины в структуре образовательной программы

Объем дисциплины

Вид учебных занятий и самостоятельная работа		Объем дисциплины, час.	
		Всего	Семестр
			2
Очная форма обучения			
Контактная работа обучающихся с преподавателем, в том числе:		30	30
лекционного типа (Л)		6	6
лабораторные работы (практикумы) (ЛР)			
практического (семинарского) типа (ПЗ)		24	24
Самостоятельная работа обучающихся (СР)		42	42
Промежуточная аттестация	форма	зачет	зачет
	час.		
Общая трудоемкость (час. / з.е.)		72/2	72/2

Место дисциплины в структуре ОП ВО

Дисциплина Б1.В.ДВ.04.02 «Product&design менеджмент» осваивается во 2 семестре 1 курса очной формы обучения, общая трудоемкость – 2 зачетные единицы.

Освоение дисциплины опирается на минимально необходимый объем теоретических знаний в области современного менеджмента и методов исследования в менеджменте, а также на приобретенные ранее умения и навыки выделять и систематизировать основные идеи в научных текстах, критически оценивать любую поступающую информацию, вне зависимости от источника, избегать автоматического применения стандартных формул и приемов при решении задач.

Форма промежуточной аттестации – зачет.

3. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий и структура дисциплины

Структура дисциплины

№ п/п	Наименование тем (разделов)	Объем дисциплины, час.						Форма текущего контроля успеваемости*, промежуточной аттестации
		Всего	Контактная работа обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий				СР	
			Л	ЛР	ПЗ	КСР		
Очная форма обучения								
Тема 1	Понятие и сущность продуктового менеджмента в цифровой среде	16	2		4		10	Э

		Объем дисциплины, час.						
Тема 2 № п/п	Оценка спроса на продукт. Wordstat, similarweb. Брейнсторм. Наименование тем (разделов)	14	2		4		8	Форма текущего контроля успеваемости*, промежуточной аттестации Кол
Тема 3	Создание ТЗ на разработку продукта. Иллюстрации, фото, текст.	14	2		4		8	
Тема 4	Создание сайта продукта. Tilda.	14			6		8	Э, Кол
Тема 5	Бюджетирование продвижения продукта в цифровой среде. Direct, медиа, SMM, Perfomance.	14			6		8	Кол, опрос
Промежуточная аттестация								Зачет
Всего:		72	6		24		42	

Примечание:

* - формы текущего контроля успеваемости: эссе (Э), коллоквиум (Кол).

Содержание дисциплины

Тема 1. Понятие и сущность продуктового менеджмента в цифровой среде. Менеджмент в цифровой среде. Продуктовый подход в менеджменте. Сущность, цели, задачи, принципы продуктового менеджмента.

Тема 2. Оценка спроса на продукт. Количественные платформы оценки потребности в продукте. Wordstat, similarweb. Качественные методы оценки потребности в продукте. Брейнсторм.

Тема 3. Создание ТЗ на разработку продукта. Иллюстрации, фото, текст. Понятие и сущность технического задания в продуктовом менеджменте. Виды контента при постановке ТЗ. Оценка эффективности созданного ТЗ.

Тема 4. Создание сайта продукта. Tilda. стратегии продаж в цифровом ритейле. Разработка сайта для продажи и продвижения продукта. Контент сайта. Используемые платформы для создания сайта.

Тема 5. Бюджетирование продвижения продукта в цифровой среде. Direct, медиа, SMM, Perfomance. Постановка целей и задач бюджетирования. Ограничения в бюджете. Методы продвижения продукта. Direct, медиа, SMM, Perfomance.

4. Материалы текущего контроля успеваемости обучающихся и фонд оценочных средств промежуточной аттестации по дисциплине

4.1. Формы и методы текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации.

4.1.1. В ходе реализации дисциплины Б1.В.ДВ.04.02 «Product&design менеджмент» используются следующие методы текущего контроля успеваемости обучающихся:

- при проведении занятий лекционного типа:

при чтении лекций используется объяснительно-иллюстративный метод с элементами проблемного изложения учебной информации (монологической, диалогической или эвристической);

- при проведении занятий семинарского типа:

эссе, коллоквиум;

- при контроле результатов самостоятельной работы студентов:

вопросы для опроса.

4.1.2. Зачет проводится с применением следующих методов (средств): зачет в виде устного ответа на вопросы с разбором типовых ситуаций.

4.2. Материалы текущего контроля успеваемости обучающихся.

Темы эссе

1. Концепция Product менеджмента в цифровой среде.
2. Design менеджмент. Концептуальные основы.
3. Сайт компании как способ продвижения продукта в цифровой среде.
4. Smm продвижение. Особенности.
5. Контент сайта. Аналитика конверсии.

Темы коллоквиумов

1. Приведите примеры успешных цифровых компаний, использующих Product&design управление.
2. Определите внешние и внутренние факторы (вызовы), влияющие на принятие решения о выборе методов продвижения продукта в цифровой среде.
3. Определите преимущества и недостатки цифровых продаж в точках контакта целевых потребителей продукта.

Участие студентов в коллоквиумах. При оценке ответов на вопросы для обсуждения и коллоквиума учитывается в первую очередь уровень теоретической подготовки студента (владение категориальным аппаратом, знание нормативно-правовых основ предмета), умение применять имеющиеся знания на практике (пояснить то или иное положение на примере), а также умение высказывать свое мнение, отстаивать свою позицию, слушать и оценивать различные точки зрения, конструктивно полемизировать, находить точки соприкосновения разных позиций.

Вопросы для опроса

1. Продуктовое управление. Понятие, сущность.
2. Влияние цифровой трансформации на комплекс продвижения продукта.
3. Этапы разработки стратегии сайта для информирования потребителей и продвижения продуктов компании.
4. Цифровые каналы продаж.
5. Цифровые формы и методы продаж.
6. Преимущества и вызовы для компании при переходе к цифровой сбытовой продуктовой стратегии.

4.3. Оценочные средства для промежуточной аттестации

4.3.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы

Код компетенции	Наименование компетенции	Код этапа освоения компетенции	Наименование этапа освоения компетенции
ПК-3	Способностью использовать современные методы управления корпоративными финансами для решения стратегических задач	ПК-3.1	Формирование способности решать стратегические задачи, используя маркетинговые исследования и современные методы управления корпоративными финансами

4.3.2 Показатели и критерии оценивания компетенций на различных этапах их формирования

Этап освоения компетенции	Показатель оценивания	Критерий оценивания
ПК-3.1	Знание основ процесса подготовки к проведению маркетинговых исследований, планирования дизайна исследования и основные методы исследований. Знание основных понятий, терминов и определений продуктового управления в менеджменте. Стратегии продуктового управления.	Использует графический и количественный анализ результатов маркетинговых программ, как основу оперативной корректировки таких программ в случае их неэффективности Умеет формировать стратегии продуктового управления и оценивать их эффективность в цифровой среде.

4.3.3 Типовые контрольные задания или иные материалы (типовые оценочные материалы), необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы

При ответе на вопрос сформулируйте и обоснуйте свою позицию, приведите конкретные примеры:

1. Понятие, сущность продуктового управления в организации.
2. Эволюция сбытовых стратегий с учетом цифровой трансформации.
3. Каналы продаж в цифровом ритейле.
4. Формы и методы продаж в цифровом ритейле.
5. Разработка стратегии сбыта.
6. Мультиканальные продажи в ритейле.
7. Омниканальные продажи в ритейле.
8. Оценка эффективности сбытовой стратегии в цифровом ритейле.
9. Характеристика этапов стратегии цифровой трансформации. Последовательность этапов.

10. Преимущества и недостатки цифровой сбытовой стратегии.

Шкала оценивания студента

Оценка	Требования к знаниям
«зачтено»	«Зачтено» выставляется при: - разработке информационной системы управления предприятием; - создании принципиально нового, либо наличии определенных элементов новизны в проекте; - изменении некоторой системы и целенаправленным ее переводом из существующего в некоторое желаемое состояние; - реализации проекта с максимально возможной эффективностью при ограничениях по времени, финансовым и материальным ресурсам, а также качеству конечных результатов проекта
«не зачтено»	«Не зачтено» выставляется при: - разработке информационной системы управления предприятием

4.4. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций

Студент должен выполнить все задания и мероприятия, предусмотренные программой дисциплины (по формам текущего контроля). В случае наличия учебной задолженности студент отрабатывает пропущенные занятия в соответствии с требованиями. Оценка студента носит комплексный характер и определяется:

- ответом на зачете;
- учебными достижениями в семестровый период.

Зачет проводится в устной форме: устные ответы на вопросы билета. В билете 1 теоретический вопрос и вопрос по типовой ситуации.

Процедура проведения зачета.

Обучающийся для сдачи зачета предъявляет экзаменатору свою зачетную книжку, получает чистые маркированные листы бумаги для подготовки к ответу.

Время подготовки ответа: 30-45 минут.

По истечении 45 минут каждый обучающийся устно отвечает экзаменатору и сдает свои маркированные листы бумаги.

По окончании ответа экзаменатор может задавать обучающемуся дополнительные и уточняющие вопросы в пределах учебного материала, вынесенного на зачет.

Результат по сдаче зачета объявляется студентам после ответа, вносится в аттестационную ведомость и в зачетную книжку. Оценка «не зачтено» проставляется только в ведомости.

Написание эссе студентами по заранее заданным темам. Написание эссе способствует формированию умения применять основные методики анализа информации, синтеза, а также студенты учатся строить собственные умозаключения и выводы на основе проанализированной информации. В ходе написания эссе студенты учатся последовательно и логично излагать собственные мысли.

Объем эссе не должен быть менее 7, но не более 10 страниц текста, включая титул и список литературы.

Критерии оценки эссе:

Оценка «удовлетворительно» предполагает: полученные результаты в значительной степени соответствуют поставленной цели (цель работы достигнута в основном). Обоснована актуальность работы. В процессе анализа литературы отобраны наиболее важные источники, продемонстрировано понимание решаемой проблемы. Выбраны

адекватные цели научный подход, методы, процедуры. Они в значительной степени реализованы в работе. Выводы имеют наглядный и проверяемый характер. Требования по оформлению работы в основном выполнены.

Оценка «хорошо» ставится: полученные результаты преимущественно соответствуют поставленной цели и задачам. Обоснована практическая и теоретическая актуальность работы. В процессе анализа литературы отобран и проанализирован широкий круг теоретических и эмпирических источников. Выбраны и обоснованы применяемые научные подходы, методы и процедуры. Полученные результаты в целом логичны, доказательны и систематизированы. Оформление работы в целом соответствует существующим требованиям.

Оценка «отлично» предполагает: полученные результаты полностью соответствуют поставленной цели. Обоснована практическая и теоретическая значимость работы. Проведен детальный анализ теоретических и эмпирических источников, выводы автора самостоятельны и аргументированы. Выбраны и подробно описаны применяемые в работе научные подходы, методы и процедуры. Содержание работы полностью отражает узловые проблемы темы, исследовательская часть (в курсовой работе) выполнена самостоятельно, методологически корректно и содержит достоверные и интересные выводы и положения. Оформление работы полностью отвечает всем требованиям.

5. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Преподаватель информирует обучающихся о применяемой системе текущего контроля успеваемости на первом занятии, а также доводит до обучающихся информацию о результатах текущего контроля успеваемости во время аудиторных занятий и консультаций.

С целью обеспечения успешного обучения студенту необходимо готовиться к лекции, она является важнейшей формой организации учебного процесса, поскольку:

- знакомит с новым учебным материалом;
- разъясняет учебные элементы, трудные для понимания;
- систематизирует учебный материал;
- ориентирует в учебном процессе

Подготовка к лекции заключается в следующем:

- внимательно прочитайте материал предыдущей лекции;
- узнайте тему предстоящей лекции (по тематическому плану, по информации лектора);
- ознакомьтесь с учебным материалом по учебнику и учебным пособиям;
- постарайтесь уяснить место изучаемой темы в своей профессиональной подготовке;
- запишите возможные вопросы, которые вы зададите лектору на лекции.

Практические занятия дисциплины предполагают их проведение в различных формах с целью выявления полученных знаний, умений, навыков и компетенций с проведением контрольных мероприятий.

Подготовка к практическим занятиям:

- внимательно прочитайте материал, относящийся к данному семинарскому занятию, ознакомьтесь с учебным материалом по учебнику и учебным пособиям;
- выпишите основные термины;
- ответьте на контрольные вопросы по семинарским занятиям, готовьтесь дать развернутый ответ на каждый из вопросов;

- уясните, какие учебные элементы остались для вас неясными и постарайтесь получить на них ответ заранее (до семинарского занятия) во время текущих консультаций преподавателя;
- готовиться можно индивидуально, парами или в составе малой группы, последние являются эффективными формами работы;
- рабочая программа дисциплины в части целей, перечню знаний, умений, терминов и учебных вопросов может быть использована вами в качестве ориентира в организации обучения.

Подготовка к зачету. К зачету необходимо готовиться целенаправленно, регулярно, систематически и с первых дней обучения по данной дисциплине. Попытки освоить дисциплину в период зачётно-экзаменационной сессии, как правило, показывают не слишком удовлетворительные результаты. В самом начале изучения учебной дисциплины познакомьтесь со следующей учебно-методической документацией:

- программой дисциплины;
- перечнем знаний и умений, которыми студент должен владеть;
- тематическими планами семинарских занятий;
- контрольными мероприятиями;
- учебником, учебными пособиями по дисциплине, а также электронными ресурсами;
- перечнем вопросов к зачету.

После этого у вас должно сформироваться четкое представление об объеме и характере знаний и умений, которыми надо будет овладеть по дисциплине. Систематическое выполнение учебной работы на практических занятиях позволит успешно освоить дисциплину и создать хорошую базу для сдачи зачета.

6. Основная и дополнительная учебная литература, необходимая для освоения дисциплины, ресурсы информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", включая перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

6.1. Основная литература

1. Йенс Нордфальт Ритейл-маркетинг [Электронный ресурс]: практики и исследования/ Йенс Нордфальт— Электрон. текстовые данные.— М.: Альпина Паблишер, 2015.— 512 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/34788.html>.— ЭБС «IPRbooks»
2. Трайндл Арндт Мастерство ритейл-брендинга [Электронный ресурс]/ Трайндл Арндт— Электрон. текстовые данные.— М.: Альпина Паблишер, 2019.— 160 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/82711.html>.— ЭБС «IPRbooks»

6.2. Дополнительная литература

1. Шальнова О.А. Технологии формирования потребительской лояльности в розничной торговле [Электронный ресурс]: монография/ Шальнова О.А., Зинцова М.В., Ребрикова Н.В.— Электрон. текстовые данные.— М.: Дашков и К, 2014.— 107 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/60269.html>.— ЭБС «IPRbooks»

6.3. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы

1. Бернд Л., Р. Глэсс. Торговля 4.0. Цифровая революция в торговле. Стратегии, технологии, трансформация. — М. : Альпина Паблишер.

6.4. Нормативные правовые документы

6.5. Интернет-ресурсы

1. <https://www.gartner.com/en/industries/retail> - Исследовательская компания Gartner.
2. <https://www.nielsen.com/ru/ru/> - Исследовательская компания Nielsen.
3. <https://www.gfk.com/industries/industries/> - Исследовательская компания GFK.
4. <https://www.pwc.com> - Исследовательская компания PWC.
5. https://www2.deloitte.com/us/en/pages/consumer-business/topics/retail-wholesale-distribution.html?icid=top_retail-wholesale-distribution - Исследовательская компания Deloitte.
6. <https://common.skolkovo.ru/ru/wtc/research/> - МБШ Сколково.
7. <https://www.akit.ru> – АКИТ.

6. Материально-техническая база, информационные технологии, используемые при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем

Специальные помещения представляют собой учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, курсового проектирования (выполнения курсовых работ), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, а также помещения для самостоятельной работы и помещения для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования. Специальные помещения укомплектованы специализированной мебелью и техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации большой аудитории.

Для проведения занятий лекционного типа предлагаются наборы демонстрационного оборудования и учебно-наглядных пособий, обеспечивающие тематические иллюстрации, соответствующие рабочим учебным программам дисциплин.

Помещения для самостоятельной работы обучающихся оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду организации.

Академия проводит постоянную работу по созданию и системному улучшению условий получения образования людьми с ограниченными возможностями здоровья. В настоящее время здания и территории Академии оснащены лифтами для перевозки инвалидов в колясках, порядка 80% аудиторий и компьютерных классов имеют двери, соответствующие требованиям нормативов, оборудованы пандусы при входе в здания, а также внутри учебных корпусов и общежития, имеются специальные туалеты.

Каждый обучающийся в течение всего периода обучения обеспечен индивидуальным неограниченным доступом к нескольким электронно-библиотечным системам (электронным библиотекам) и к электронной информационно-образовательной среде организации. Электронно-библиотечная система (электронная библиотека) и электронная информационно-образовательная среда обеспечивают возможность доступа обучающегося из любой точки, в которой имеется доступ к информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», как на территории организации, так и вне ее.

Академия обеспечена необходимым комплектом лицензионного программного обеспечения.

Обучающимся обеспечен доступ (удаленный доступ), в том числе в случае применения электронного обучения, дистанционных образовательных технологий, к современным профессиональным базам данных и информационным справочным системам.

Обучающиеся из числа лиц с ограниченными возможностями здоровья обеспечены печатными и (или) электронными образовательными ресурсами в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья.

Организован доступ к следующим электронным ресурсам:

[Bloomberg](#)
[EBSCO Publishing](#)
[eLIBRARY.RU](#)
[Emerging Markets Information Service](#)
[Google Scholar \(Google Академия\)](#)
[IMF eLibrary](#) -
[JSTOR](#)
[New Palgrave Dictionary of Economics – Электронный словарь.](#)
[OECD iLibrary](#)
[Oxford Handbooks Online](#)
[Polpred.com Обзор СМИ](#)
[Science Direct - Журналы издательства Elsevier по экономике и эконометрике, бизнесу и финансам, социальным наукам и психологии, математике и информатике;](#)
[SCOPUS](#)
[Web of Science](#)
[Wiley Online Library](#)
[World Bank Elibrary](#)
[Архивы научных журналов NEICON](#)
[Интернет-сервис «Антиплагиат»](#)
[Система Профессионального Анализа Рынков и Компаний «СПАРК»](#)
[ЭБС Издательства "Лань"](#)
[ЭБС Юрайт](#)
[Электронная библиотека Издательского дома «Гребенников»](#)