**Аннотация дисциплины**

**«Управление продуктом (продакт-менеджмент)»**

**Рабочая программа дисциплины** предназначена для студентов, обучающихся по направлению 38.03.02 «Менеджмент» профиль «Управление бизнесом».

**Цель дисциплины: -** формирует у студентов необходимые теоретические знания и базовые практические навыки в области комплексного управления продуктом и планированием продуктов или маркетингом продуктов на всех стадиях их жизненного цикла.

**Место дисциплины в структуре ООП:** - дисциплина является частью, формируемая участниками образовательных отношений профиля «Менеджмент и управление бизнесом» по направлению подготовки 38.03.02 «Менеджмент», профиль «Управление бизнесом».

**Краткое содержание:**

«Управление продуктом» описывает огромное количество разнообразных действий по выводу специфического [продукта](https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%9F%D1%80%D0%BE%D0%B4%D1%83%D0%BA%D1%82_(%D0%B1%D0%B8%D0%B7%D0%BD%D0%B5%D1%81)) на [рынок](https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%A0%D1%8B%D0%BD%D0%BE%D0%BA).

С точки зрения практической перспективы, продукт-менеджмент является профессиональной областью, которая включает в себя две профессиональные дисциплины: [планирование продукта](https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%9F%D0%BB%D0%B0%D0%BD%D0%B8%D1%80%D0%BE%D0%B2%D0%B0%D0%BD%D0%B8%D0%B5_%D0%BF%D1%80%D0%BE%D0%B4%D1%83%D0%BA%D1%82%D0%B0) и маркетинг продукта. И все потому, что функциональные возможности продукта созданы для пользователя через продуктовое планирование усилий и что ценность продукта представлена покупателю через маркетинг действия.

Продуктовое планирование и маркетинг продукта сильно отличаются друг от друга, но из-за своей схожей природы, некоторые компании воспринимают их в качестве одного направления, которое называют продукт-менеджментом. После тщательной проработки становится вполне возможным функциональное разделение области продукт-менеджмента на 2 составляющие: планирование продукта и маркетинг продукта — при сохранении необходимой синергии между этими двумя направлениями.