

Аннотация дисциплины

Управление продуктом (продакт-менеджмент)

Цель дисциплины – формирование у студентов систематизированных теоретических знаний о продукте как основополагающей категории маркетинга и практических навыков, связанных с процессом управления продуктом на различных этапах жизненного цикла.

Место в структуре образовательной программы:

Дисциплина «Международный менеджмент» является дисциплиной части, формируемой участниками образовательных отношений образовательной программы «Управление бизнесом» направления подготовки 38.03.02 «Менеджмент», профиля «Менеджмент и управление бизнесом».

Краткое содержание: Базовые концепции формирования продуктовой политики компании на основе мультиатрибутивной модели продукта, оценки конкурентоспособности продукта, изучения рынка, изучения конкурентов, анализа стратегических позиций продукта и стратегии позиционирования продукта на рынке. Комбинация вещественных продуктов (hardware) и услуг (software). Стратегия ЖЦТ. Формирование продуктового и ценностного предложения. Вопросы управления разработкой нового продукта, управления ассортиментом продуктов и продуктовыми категориями; управления марочной политикой компании. Аналитическое обеспечение управления продуктом. Документы, регламентирующие бизнес-процессы управления продуктом, в том числе сбор и обработка информации: BRD, Business requirements document (Бизнес-требования), PRD, Product requirements document (Требования к продукту), FSD, Functional specifications document (Функциональная спецификация), MRD, Market requirements document (Требования рынка), Product Vision Document (PVD). Функциональные обязанности продакт-менеджеров и бренд-менеджеров. Организационные

структуры управления продуктовыми и брендинговыми структурными подразделениями. Эффективность управления продуктом.