

Аннотация дисциплины **«Управление продуктом и ассортиментная политика»**

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 дисциплины в структуре ООП:

Дисциплина «Управление продуктом и ассортиментная политика» является дисциплиной вариативной части, формируемую участниками образовательных отношений направления подготовки 38.03.02 "Менеджмент", профиль «Финансовый менеджмент»

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.