

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Косенок Сергей Михайлович
Должность: ректор
Дата подписания: 16.06.2026 08:52:07
Уникальный программный ключ:
e3a68f3eaa1e62674b54f4998099d3d6bfdcf836

Бюджетное учреждение высшего образования
Ханты-Мансийского автономного округа-Югры
"Сургутский государственный университет"

УТВЕРЖДАЮ
Проректор по УМР

_____ Е.В. Коновалова

11 июня 2026 г., протокол УМС №5

Продуктовый менеджмент

рабочая программа дисциплины (модуля)

Закреплена за кафедрой	Менеджмента и бизнеса	
Учебный план	b380305-БизИнфор-26-2.plx 38.03.05 Бизнес-информатика Направленность (профиль): Аналитика управления бизнес-процессами	
Квалификация	Бакалавр	
Форма обучения	очная	
Общая трудоемкость	5 ЗЕТ	
Часов по учебному плану	180	Виды контроля в семестрах: экзамен 4 контрольная работа 4
в том числе:		
аудиторные занятия	32	
самостоятельная работа	112	
часов на контроль	36	

Распределение часов дисциплины по семестрам

Семестр (<Курс>.<Семестр на курсе>)	4 (2.2)		Итого	
	Неделя			
Вид занятий	уп	рп	уп	рп
Лекции	16	16	16	16
Практические	16	16	16	16
Итого ауд.	32	32	32	32
Контактная работа	32	32	32	32
Сам. работа	112	112	112	112
Часы на контроль	36	36	36	36
Итого	180	180	180	180

Программу составил(и):

к.э.н., доцент, Курамишина Алсу Винировна

Рабочая программа дисциплины

Продуктовый менеджмент

разработана в соответствии с ФГОС:

Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования - бакалавриат по направлению подготовки 38.03.05 Бизнес-информатика (приказ Минобрнауки России от 29.07.2020 г. № 838)

составлена на основании учебного плана:

38.03.05 Бизнес-информатика

Направленность (профиль): Аналитика управления бизнес-процессами

утвержденного учебно-методическим советом вуза от 11.06.2026 протокол № 5.

Рабочая программа одобрена на заседании кафедры

Менеджмента и бизнеса

Зав. кафедрой д.э.н., доцент Ширинкина Е.В.

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1	сформировать компетенции в области разработки направлений совершенствования продуктовых бизнес-процессов в составе межфункциональной группы
-----	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ООП

Цикл (раздел) ООП:	Б1.В.ДВ.02
2.1	Требования к предварительной подготовке обучающегося:
2.1.1	Бизнес-процессы в организации
2.1.2	Информационно-технологическая инфраструктура предприятия
2.1.3	Деловые коммуникации
2.1.4	Основы бизнеса
2.2	Дисциплины и практики, для которых освоение данной дисциплины (модуля) необходимо как предшествующее:
2.2.1	Основы моделирования бизнес-процессов
2.2.2	Маркетинговые исследования и цифровая аналитика рынка
2.2.3	Практикум по командной работе в ИТ-проектах
2.2.4	Стратегическое планирование в условиях цифровой трансформации
2.2.5	Психология делового общения в межфункциональной команде

3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

ПК-2.1: Визуализировать существующий бизнес-процесс с использованием инструментария бизнес-аналитики

ПК-2.2: Анализировать существующий бизнес-процесс для поиска путей его оптимизации

ПК-3.1: Формализовывать управленческие и экономические требования запросов заказчика в техническое задание

ПК-3.2: Предлагать взаимовыгодное решение на основе выявления общих интересов участников межфункциональной группы

ПК-3.3: Формировать список бизнес-процессов для достижения бизнес-стратегии на основе данных, полученных от участников межфункциональной группы

В результате освоения дисциплины обучающийся должен

3.1	Знать:
3.1.1	Основы продуктового подхода и его роль в бизнесе.
3.1.2	Жизненный цикл продукта и его этапы.
3.1.3	Ключевые метрики и метрики продукта.
3.1.4	Методы оценки продукта через призму ценности, бизнес-модели и ценности для пользователя.
3.1.5	Базовые параметры продукта: целевая аудитория, ценность, стадия развития, рынок, стратегия.
3.1.6	Подходы к валидации решений и формулировке гипотез.
3.1.7	Методы анализа поведения пользователей и работы с данными пользовательских исследований.
3.1.8	Принципы взаимодействия с командами и стейкхолдерами.
3.1.9	Основы стратегического планирования и управления продуктовыми проектами.
3.2	Уметь:
3.2.1	Планировать этапы развития продукта с учётом его текущего этапа и стратегических целей компании.
3.2.2	Обосновывать выбор продуктовой стратегии на основе анализа рынка, потребностей пользователей и метрик.
3.2.3	формулировать и проверять гипотезы, анализировать данные и использовать их для принятия решений по улучшению продуктовых бизнес-процессов.
3.2.4	Работать в межфункциональной группе
3.2.5	Проводить анализ конкурентов и рынка для выявления возможностей совершенствования продукта.

3.2.6	Разрабатывать рекомендации по оптимизации продуктовых бизнес-процессов с учётом данных и стратегических целей.
-------	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------

4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Код занятия	Наименование разделов и тем /вид занятия/	Семестр / Курс	Часов	Компетенции	Литература	Примечание
	Раздел 1. Введение в продуктовый менеджмент ИТ-продуктов					
1.1	Основы продуктового менеджмента и ИТ-продукт /Лек/	4	2	ПК-2.2 ПК-3.1	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5Л2.1 Л2.2 Л2.3Л3.1 Л3.2 Э1 Э2 Э3	
1.2	Основы продуктового менеджмента и ИТ-продукт /Пр/	4	1	ПК-2.2 ПК-3.1	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.5Л2.1 Л2.2 Л2.3Л3.1 Л3.2 Э1 Э2 Э3	
1.3	Работа с пользователями ИТ- продукта /Лек/	4	2	ПК-2.2 ПК-3.1 ПК-3.3	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.5Л2.1 Л2.2 Л2.3Л3.1 Л3.2 Э1 Э2	
1.4	Работа с пользователями ИТ- продукта /Пр/	4	2	ПК-2.2 ПК-3.1 ПК-3.3	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.5Л2.1 Л2.2 Л2.3Л3.1 Л3.2 Э1 Э2 Э3	
1.5	по модулю /Ср/	4	30	ПК-2.1 ПК-2.2 ПК-3.1 ПК-3.3	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.5Л2.1 Л2.2 Л2.3Л3.1 Л3.2 Э1 Э2 Э3	
	Раздел 2. Инструменты работы продакт-менеджера					
2.1	Описание и анализ продуктовых процессов /Лек/	4	2	ПК-2.1 ПК-2.2 ПК-3.3	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.5Л2.1 Л2.2 Л2.3Л3.1 Л3.2 Э1 Э2 Э3	
2.2	Описание и анализ продуктовых процессов /Пр/	4	1	ПК-2.2 ПК-3.2 ПК-3.3	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.5Л2.1 Л2.2 Л2.3Л3.1 Л3.2 Э1 Э2 Э3	

2.3	Приоритизация и планирование развития продукта /Лек/	4	2	ПК-2.2 ПК-3.1 ПК-3.2 ПК-3.3	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.5Л2.1 Л2.2 Л2.3Л3.1 Л3.2 Э1 Э2 Э3	
2.4	Приоритизация и планирование развития продукта /Пр/	4	2	ПК-2.2 ПК-3.1 ПК-3.2 ПК-3.3	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.5Л2.1 Л2.2 Л2.3Л3.1 Л3.2 Э1 Э2 Э3	
2.5	Работа с данными и метриками продукта /Лек/	4	2	ПК-2.1 ПК-2.2 ПК-3.2 ПК-3.3	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.5Л2.1 Л2.2 Л2.3Л3.1 Л3.2 Э1 Э2 Э3	
2.6	Работа с данными и метриками продукта /Пр/	4	2	ПК-2.1 ПК-2.2 ПК-3.2 ПК-3.3	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.5Л2.1 Л2.2 Л2.3Л3.1 Л3.2 Э1 Э2 Э3	
2.7	по модулю /Ср/	4	10	ПК-2.1 ПК-2.2 ПК-3.1 ПК-3.2 ПК-3.3	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.5Л2.1 Л2.2 Л2.3Л3.1 Л3.2 Э1 Э2 Э3	
	Раздел 3. Командная работа и формулирование требования					
3.1	Работа в продуктовой команде /Лек/	4	2	ПК-3.1 ПК-3.2 ПК-3.3	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.5Л2.1 Л2.2 Л2.3Л3.1 Л3.2 Э1 Э2 Э3	
3.2	Работа в продуктовой команде /Пр/	4	2	ПК-3.1 ПК-3.2 ПК-3.3	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.5Л2.1 Л2.2 Л2.3Л3.1 Л3.2 Э1 Э2 Э3	
3.3	Формулирование требований к продукту /Лек/	4	2	ПК-3.1 ПК-3.2 ПК-3.3	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.5Л2.1 Л2.2 Л2.3Л3.1 Л3.2 Э1 Э2 Э3	
3.4	Формулирование требований к продукту /Пр/	4	2	ПК-3.1 ПК-3.2 ПК-3.3	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.5Л2.1 Л2.2 Л2.3Л3.1 Л3.2 Э1 Э2 Э3	

3.5	по модулю /Ср/	4	30	ПК-3.1 ПК-3.2 ПК-3.3	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.5Л2.1 Л2.2 Л2.3Л3.1 Л3.2 Э1 Э2 Э3	
Раздел 4. Развитие продукта и итоговый проект						
4.1	Подходы к развитию продукта /Лек/	4	2	ПК-2.2 ПК-3.1 ПК-3.2	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.5Л2.1 Л2.2 Л2.3Л3.1 Л3.2 Э1 Э2 Э3	
4.2	Подходы к развитию продукта /Пр/	4	2	ПК-2.2 ПК-3.1 ПК-3.2	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.5Л2.1 Л2.2 Л2.3Л3.1 Л3.2 Э1 Э2 Э3	
4.3	Итоговый проект и его защита /Пр/	4	2	ПК-2.2 ПК-3.1 ПК-3.2	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.5Л2.1 Л2.2 Л2.3Л3.1 Л3.2 Э1 Э2 Э3	
4.4	по модулю /Ср/	4	30	ПК-2.2 ПК-3.1 ПК-3.2	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.5Л2.1 Л2.2 Л2.3Л3.1 Л3.2 Э1 Э2 Э3	
Раздел 5. Продуктовый менеджмент						
5.1	Продуктовый менеджмент /Контр.раб./	4	12	ПК-2.1 ПК-2.2 ПК-3.1 ПК-3.2 ПК-3.3	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.5Л2.1 Л2.2 Л2.3Л3.1 Л3.2 Э1 Э2 Э3	задания для контрольной работы
5.2	Продуктовый менеджмент /Экзамен/	4	36	ПК-2.1 ПК-2.2 ПК-3.1 ПК-3.2 ПК-3.3	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.5Л2.1 Л2.2 Л2.3Л3.1 Л3.2 Э1 Э2 Э3	теоретические вопросы, практическое задание

5. ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА

5.1. Оценочные материалы для текущего контроля и промежуточной аттестации

Представлены отдельным документом

5.2. Оценочные материалы для диагностического тестирования

Представлены отдельным документом

6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)				
6.1. Рекомендуемая литература				
6.1.1. Основная литература				
	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год	Колич-во
Л1.1	Баланов А. Н.	Продакт-менеджмент: учебник для вузов	Санкт-Петербург: Лань, 2024, электронный ресурс	1
Л1.2	Асаул А. Н., Асаул М. А., Асаул Н. А., Зайцев С. В., Зайцев Н. С.	Проектирование бизнес-экосистем: учебник для вузов	Москва: Юрайт, 2026, электронный ресурс	1
Л1.3	Отварухина Н. С., Веснин В. Р.	Стратегический менеджмент: учебник и практикум для вузов	Москва: Юрайт, 2026, электронный ресурс	1
Л1.4	Чернышева А. М., Якубова Т. Н.	Управление продуктовой политикой: учебник и практикум для вузов	Москва: Юрайт, 2026, электронный ресурс	1
Л1.5	Лукичёва Т. А., Воробьева И. В., Лезина Т. А., Колесникова М. Ф., Остапенко В. М., Пецольдт К. ..., Молчанов Н. Н.	Маркетинг: учебник и практикум для вузов	Москва: Юрайт, 2026, электронный ресурс	1
6.1.2. Дополнительная литература				
	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год	Колич-во
Л2.1	Мухина Ю. М.	How to Market a Product: хрестоматия для студентов-бакалавров направлений «экономика», «менеджмент»	Москва: РУТ (МИИТ), 2020, электронный ресурс	1
Л2.2	Сафьянова, М. Г., Шапиро, Л. Д.	Основы организации и проектирования бизнеса: учебное пособие	Томск: Издательство Томского государственного университета, 2021, электронный ресурс	1
Л2.3	Ларман К., Водде Б.	Масштабированный скрам: Как организовать гибкую разработку в крупной компании: Практическое пособие	Москва: ООО "Альпина Паблишер", 2023, электронный ресурс	1
6.1.3. Методические разработки				
	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год	Колич-во
Л3.1	Данилкина Ю. В., Яковлева А. О.	Стратегический менеджмент: учебно-методическое пособие	Москва: РТУ МИРЭА, 2021, электронный ресурс	1
Л3.2	Гришина, С. А.	Современные концепции менеджмента: стратегический менеджмент: учебно-методическое пособие	Тула: Тульский государственный педагогический университет имени Л.Н. Толстого, 2021, электронный ресурс	1

6.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"	
Э1	Административно-управленческий портал (полнотекстовые базы) http://www.aup.ru/
Э2	Журнал «Вопросы экономики» www.voprosco.ru
Э3	Статьи попродуктовому менеджменту http://cyberleninka.ru/
6.3.1 Перечень программного обеспечения	
6.3.1.1	Пакет прикладных программ Microsoft Office
6.3.2 Перечень информационных справочных систем	
6.3.2.1	Информационно-правовой портал Гарант.ру http://www.garant.ru
6.3.2.2	Справочно-правовая система Консультант Плюс http://www.consultant.ru/

7. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)	
7.1	Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа (лабораторных занятий), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации оснащена: комплект специализированной учебной мебели, маркерная (меловая) доска, комплект переносного мультимедийного оборудования - компьютер, проектор, проекционный экран, компьютеры с возможностью выхода в Интернет и доступом в электронную информационно-образовательную среду. Обеспечен доступ к сети Интернет и в электронную информационную среду организации.