

**Федеральное государственное автономное образовательное
учреждение высшего образования
«Московский физико-технический институт
(национальный исследовательский университет)»**

УТВЕРЖДЕНО

**И.о. директора физтех-школы
бизнеса высоких технологий**

Д.И. Гриц

| | |
|----------------------------|--|
| | Рабочая программа дисциплины (модуля) |
| по дисциплине: | Управление продуктами |
| по направлению: | Прикладные математика и физика |
| профиль подготовки: | Управление инновациями в бизнесе |
| | Физтех-школа бизнеса высоких технологий |
| | Физтех-школа бизнеса высоких технологий |
| курс: | 3 |
| квалификация: | бакалавр |

Семестр, формы промежуточной аттестации: 6 (весенний) - Дифференцированный зачет

Аудиторных часов: 30 всего, в том числе:

лекции: 14 час.

семинары: 16 час.

лабораторные занятия: 0 час.

Самостоятельная работа: 60 час.

Всего часов: 90, всего зач. ед.: 2

Программу составил: А.В. Щербенок, канд. филол. наук

Программа обсуждена на заседании Физтех-школы бизнеса высоких технологий 14.03.2025

Аннотация

Курс направлен на формирование комплексного понимания, как эффективно управлять продуктом, обеспечивая его конкурентоспособность и востребованность на рынке.

1. Цели и задачи

Цель дисциплины

- дать представление студентам о роли продуктового менеджера, способного успешно запускать и развивать продукты, учитывая требования пользователей, рыночные тренды и бизнес-цели компании.

Задачи дисциплины

- подготовить студентов к управлению разработкой продуктов;
- получить знания в области расчетов экономики бизнеса и управления ресурсами;
- изучить методы и приемы исследований рынков;
- освоить методы продвижения продуктов в интернете.

2. Перечень формируемых компетенций

Освоение дисциплины направлено на формирование следующих компетенций:

| Код и наименование компетенции | Индикаторы достижения компетенции |
|---|--|
| УК-9 Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности | УК-9.1 Понимает базовые принципы функционирования экономики и экономического развития. |
| | УК-9.3 Владеет основами экономического анализа для принятия обоснованных экономических решений. |
| ПК-2 Способен анализировать полученные в ходе научно-исследовательской работы данные и делать научные выводы (заключения) | ПК-2.2 Умеет находить ключевые параметры, определяющие изучаемое явление, и производить численные оценки по порядку величины |
| | ПК-2.3 Способен представлять научные утверждения, их обоснования и доказательства, научные проблемы и их решения ясно и точно в терминах, понятных для профессиональной аудитории, в письменной и устной форме |

3. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю)

В результате освоения дисциплины обучающиеся должны

знать:

- основы продуктового подхода;
- виды продуктов;
- требования к квалификации и функции product manager и продуктовой команды;
- жизненный цикл продукта.

уметь:

- составлять продуктовый план и вести основную документацию на протяжении жизненного цикла продукта.

владеть:

- навыком управления разработкой продукта;
- навыком оценки продукта на основе принципов юнит-экономики.

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

4.1. Разделы дисциплины (модуля) и трудоемкости по видам учебных занятий

| | | |
|--|--|---|
| | | Трудоемкость по видам учебных занятий, включая самостоятельную работу, час. |
|--|--|---|

| № | Тема (раздел) дисциплины | Лекции | Семинары | Лаборат. работы | Самост. работа |
|-----------------------|--|--------------------|----------|-----------------|----------------|
| 1 | Основные задачи управления продуктом и требования к продакт-менеджерам | 2 | 4 | | 14 |
| 2 | Жизненный цикл управления продуктом | 4 | 4 | | 14 |
| 3 | Управление разработкой продукта | 4 | 4 | | 16 |
| 4 | Финансово-экономические аспекты управления продуктом | 4 | 4 | | 16 |
| Итого часов | | 14 | 16 | | 60 |
| Подготовка к экзамену | | 0 час. | | | |
| Общая трудоёмкость | | 90 час., 2 зач.ед. | | | |

4.2. Содержание дисциплины (модуля), структурированное по темам (разделам)

Семестр: 6 (Весенний)

1. Основные задачи управления продуктом и требования к продакт-менеджерам

Отличие продукта от проекта. Основы продуктового подхода. Виды продуктов. Продуктовая стратегия.

Product manager и Product Owner: позиция в компании, функциональные обязанности, ответственность, hard skills и soft skills продакт-менеджера. Основные задачи по управлению продуктовой командой.

2. Жизненный цикл управления продуктом

Общая модель управления жизненным циклом продукта. Этапы в управлении жизненным циклом продукта. Проблемы при внедрении управления жизненным циклом продукта. Этап разработки концепции. Этап проектирования. CustDev: возможности и ограничения, специфика проведения.

Этап производства. Этап поддержки. Этап выхода продукта с рынка. Документы управления жизненным циклом продукта (мастер-план, дорожная карта продукта, маркетинговый план, план функциональной поддержки).

3. Управление разработкой продукта

Цикл разработки продукта. Подходы к разработке продуктов (Stage-gate model, Agile model). Трекинг как инструмент мониторинга прогресса разработки продукта. Основные виды фреймворков разработки. Работа с бэклогом. Распределение ролей в команде разработки. MVP продукта: Цель, типы. Первые продажи и построение Sales Map.

4. Финансово-экономические аспекты управления продуктом

Разработка модели монетизации продукта. Основы unit-экономики. Метрики юнит-экономики.

5. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю)

Учебная аудитория, оснащенная компьютером, проектором, доской, оборудованием для печати.

6.Перечень рекомендуемой литературы

Основная литература

Литература для самостоятельного изучения:

1. Чернышева, А. М. Управление продуктом : учебник и практикум для вузов / А. М. Чернышева, Т. Н. Якубова. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 368 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-16619-4. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/531384>.
2. Чернышева, А. М. Управление продуктовой политикой : учебник и практикум для вузов / А. М. Чернышева, Т. Н. Якубова. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 182 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-16620-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/531385>.

Дополнительная литература

7. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", необходимых для освоения дисциплины (модуля)

Не используются

8. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень необходимого программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости)

На занятиях используются мультимедийные технологии, включая демонстрацию презентаций, просмотр видеофрагментов и прослушивание аудиозаписей.

9. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)

Обучающийся должен овладеть основными понятиями, ключевыми концепциями и методологиями, составляющими основу дисциплины, и научиться применять их на практике, выполняя групповые и индивидуальные задания в аудитории, при выполнении домашней работы, на выездных мероприятиях дисциплины.

Для успешного овладения компетенциями, которые развивает дисциплина, обучающийся должен внимательно изучать материалы курса и регулярно, посещать лекционные и семинарские занятия, участвовать в дискуссиях, выполнять групповые и индивидуальные задания, обсуждая результаты в классе и следуя рекомендациям преподавателя. Самостоятельная работа предусматривает работу с литературой и вычислениями.

В ходе ежедневных лекционных, семинарских и практических занятий студент готовится к сдаче итогового экзамена по дисциплине.

Контроль работы студента осуществляется в форме индивидуальных рекомендаций и комментариев преподавателей по ходу выполнения текущих аудиторных и домашних заданий, работы на семинарских занятиях.

ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

| | |
|----------------------------|--|
| по направлению: | Прикладные математика и физика |
| профиль подготовки: | Управление инновациями в бизнесе Физтех-школа бизнеса высоких технологий Физтех-школа бизнеса высоких технологий |
| курс: | <u>3</u> |
| квалификация: | бакалавр |

Семестр, формы промежуточной аттестации: 6 (весенний) - Дифференцированный зачет

Разработчик: А.В. Щербенок, канд. филол. наук

1. Компетенции, формируемые в процессе изучения дисциплины

| Код и наименование компетенции | Индикаторы достижения компетенции |
|---|--|
| УК-9 Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности | УК-9.1 Понимает базовые принципы функционирования экономики и экономического развития. |
| | УК-9.3 Владеет основами экономического анализа для принятия обоснованных экономических решений. |
| ПК-2 Способен анализировать полученные в ходе научно-исследовательской работы данные и делать научные выводы (заключения) | ПК-2.2 Умеет находить ключевые параметры, определяющие изучаемое явление, и производить численные оценки по порядку величины |
| | ПК-2.3 Способен представлять научные утверждения, их обоснования и доказательства, научные проблемы и их решения ясно и точно в терминах, понятных для профессиональной аудитории, в письменной и устной форме |

2. Показатели оценивания компетенций

В результате изучения дисциплины «Управление продуктами» обучающийся должен:

знать:

- основы продуктового подхода;
- виды продуктов;
- требования к квалификации и функции product manager и продуктовой команды;
- жизненный цикл продукта.

уметь:

- составлять продуктовый план и вести основную документацию на протяжении жизненного цикла продукта.

владеть:

- навыком управления разработкой продукта;
- навыком оценки продукта на основе принципов юнит-экономики.

3. Перечень типовых (примерных) вопросов, заданий, тем для подготовки к текущему контролю

Оценка за курс складывается из следующих видов заданий текущего контроля:

Компоненты, доля в итоговой оценке:

Участие в дискуссиях - 30%

Тест - 30%

Домашние задания - 40%

На курсе используется 10 балльная система оценивания. За каждое задание студент получает от 1 до 10 баллов. Итоговый балл за каждый вид заданий рассчитывается как среднее арифметическое всех полученных баллов за все задания в рамках одного вида (O1, O2, O3). Невыполненное в срок задание оценивается в 0 баллов.

Общая оценка за курс (O) рассчитывается как:

$$O = O1 \times 0,3 + O2 \times 0,3 + O3 \times 0,4.$$

Если по результатам текущего контроля студент получил положительную оценку (не ниже «удовлетворительно»). Оценка за промежуточную аттестацию выставляется автоматически.

Участие в дискуссиях

Учитываются полнота аргументированных ответов на вопросы с примерами из литературы, в том числе из рекомендованных источников, и из личного опыта; активное участие в обсуждениях, четко сформулированные вопросы, демонстрирующие знание материала и проделанную самостоятельную работу; своевременное и корректное выполнение заданий преподавателя.

Тест

Оценивается следующим образом (% выполненных заданий - оценка):

100 - 10

99-90 - 9

89-80 - 8

79-70 - 7

69-60 - 6

59-55 - 5

54-50 - 4

49-40 - 3

39-30 - 2

менее 29 - 1

Домашние задания

Студентам будут предложены несколько заданий, которые необходимо решить самостоятельно и представить в строго указанные сроки. Сданная с нарушением сроков работа не будет оценена.

Примеры тем для дискуссии

1. Кто является успешным менеджером продукта?
2. Сопротивления при внедрении CustDev
3. Выбор сегмента ЦА и поиск кандидатов для интервью
4. Правильный продукт для правильного клиента
5. Можно ли сделать CustDev непрерывным?
6. Как структурировать данные о продукте?

Примеры тестовых заданий

1. Каким продуктам может подойти способ приоритизации по ROI? а) мобильным продуктам
а) b2b-продуктам
б) продуктам без финансовых целей
в) продуктам на стадии до активной монетизации
2. Что входит в понятие «монетизация»?
а) скидочная политика
а) расходы на налогообложение
б) предложения для разных стран
в) пакетные предложения
3. Подход, позволяющий определить потребность потенциальных заказчиков, проверить и уточнить эту потребность на практике для разработки решения, за которое будут платить, называется _____.

Примеры домашних заданий

1. Вы устроились на работу в компанию AirSport, которая продает видеокурсы и онлайн-тренировки через мобильный сайт и приложения. Сейчас у них есть линейка тренировок по растяжке и пара мини-курсов по йоге дома. Компания быстро выросла за последний год и сейчас планирует активно масштабировать бизнес и, в том числе, открывать новые продуктовые вертикали.

Текущая бизнес-модель: бесплатные видео в приложении и курсы за 999 рублей в месяц с топ-тренерами, которые ведут онлайн-тренировки по 2-3 месяца и отслеживают прогресс учеников в приложении. Основной канал привлечения – платный трафик в социальных сетях, но команда маркетинга планирует активно масштабировать инфлюенс-маркетинг, пока там проходят первые тесты.

Задание

Вам нужно выбрать самые приоритетные направления для расширения продуктовой линейки, которая позволит выгодно дополнить существующие продукты и привлечь сопоставимый объем аудитории.

- Как вы будете выбирать направление для этих продуктов?

- Опишите пошаговый процесс, находя релевантные данные в открытых источниках и делая разумные предположения там, где открытых данных нет.
 - Составь список из 3-5 потенциальных направлений в порядке приоритетности.
2. Вы собрали неплохой MVP достаточно быстро и дешево, руководство очень довольны. Но есть проблема: люди входят в воронку, но очень плохо конвертируются в покупку. Что будете делать?

4. Перечень типовых (примерных) вопросов и тем для проведения промежуточной аттестации обучающихся

Студентам, набравшим достаточные для удовлетворительной оценки баллы за текущий контроль, оценка за дисциплину выставляется равной оценке за текущий контроль.

Студентам, получившим неудовлетворительную оценку по результатам текущего контроля, необходимо сдать диф.зачет в письменной форме.

Необходимо написать эссе объемом не менее 1000 слов. На выполнение задания дается 60 минут.

Примеры тем эссе:

1. Глубокое понимание потребностей ЦА
2. Зачем нужен менеджмент продукта?
3. Проблемы продуктового управления
4. Метрики успешности продукта
5. Исследование продуктового процесса
6. Управление продуктами b2b и b2c
7. Продуктовая стратегия
8. Показатели продаж
9. Распределение ролей в команде разработки
10. Модели монетизации продукта

Критерии оценивания

Оценка "10": а) В эссе присутствует последовательная логическая структура (введение, основная часть, заключение); б) объем эссе – не менее 1000 слов; в) студент продемонстрировал владение научной терминологией дисциплины; г) все идеи студента емко и полноценно аргументированы, приведены исчерпывающие примеры; д) студент показал всесторонние, систематизированные знания учебной дисциплины и умение уверенно применять их на практике; е) в эссе студент использует дополнительные источники, помимо рекомендованных

Оценка "9": а) В эссе присутствует последовательная логическая структура (введение, основная часть, заключение); б) объем эссе – не менее 1000 слов; в) студент продемонстрировал владение научной терминологией дисциплины; г) все идеи студента аргументированы, приведены исчерпывающие примеры; д) студент показал всесторонние, систематизированные знания учебной дисциплины и умение уверенно применять их на практике; е) в эссе студент использует дополнительные источники, помимо рекомендованных

Оценка "8": а) В эссе присутствует последовательная логическая структура (введение, основная часть, заключение); б) объем эссе – не менее 1000 слов; в) студент продемонстрировал владение научной терминологией дисциплины; г) все идеи студента аргументированы, приведены некоторые примеры; д) студент показал всесторонние, систематизированные знания учебной дисциплины и умение уверенно применять их на практике; е) в эссе студент использует дополнительные источники, помимо рекомендованных

Оценка "7": а) В эссе присутствует последовательная логическая структура (введение, основная часть, заключение); б) объем эссе – не менее 1000 слов; в) студент продемонстрировал владение научной терминологией дисциплины; г) идеи студента в основном аргументированы, приведены некоторые примеры; д) студент показал систематизированные знания учебной дисциплины и умение применять их на практике; е) в эссе студент использует дополнительные источники, помимо рекомендованных

Оценка "6": а) В эссе присутствует последовательная логическая структура (введение, основная часть, заключение); б) объем эссе – не менее 1000 слов; в) студент продемонстрировал владение научной терминологией дисциплины; г) идеи студента в основном аргументированы, приведены некоторые примеры; д) студент показал систематизированные знания учебной дисциплины и умение применять их на практике. е) в эссе студент использует 1 дополнительный источник, помимо рекомендованных

Оценка "5": а) В эссе присутствует последовательная логическая структура (введение, основная часть, заключение); б) объем эссе – не менее 1000 слов; в) студент продемонстрировал владение научной терминологией дисциплины; г) идеи студента в основном аргументированы, приведены единичные примеры; д) студент показал основные знания учебной дисциплины и умение применять их на практике. е) в эссе студент использует 1 дополнительный источник, помимо рекомендованных

Оценка "4": а) В эссе присутствует последовательная логическая структура (введение, основная часть, заключение); б) объем эссе – не менее 1000 слов; в) студент продемонстрировал владение некоторыми научными терминами дисциплины; г) большинство идей студента аргументированы, примеры не приведены; д) студент в целом показал основные знания учебной дисциплины и умение применять их на практике.

Оценка "3": а) В эссе присутствует последовательная логическая структура (введение, основная часть, заключение); б) объем эссе – не менее 1000 слов; в) студент продемонстрировал владение некоторыми научными терминами дисциплины; г) некоторые идеи студента аргументированы, примеры не приведены; д) студент в целом показал отдельные знания учебной дисциплины и умение применять их на практике.

Оценка "2", "1": а) В эссе отсутствует последовательная логическая структура (введение, основная часть, заключение); б) объем эссе – менее 1000 слов; в) студент не продемонстрировал владение научной терминологией дисциплины; г) идеи студента не аргументированы, не приведены примеры; д) студент не продемонстрировал знания учебной дисциплины и умения применять их на практике

5. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности

Использование любых электронных устройств, литературы и конспектов не допускается.