МИНОБРНАУКИ РОССИИ

ВЛАДИВОСТОКСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

КАФЕДРА МАРКЕТИНГА И ЛОГИСТИКИ

Рабочая программа дисциплины (модуля)

УПРАВЛЕНИЕ ЦИФРОВЫМ ПРОДУКТОМ

Направление и направленность (профиль)
38.03.06 Торговое дело. Интернет-маркетинг и электронная торговля

Год набора на ОПОП
2023

Форма обучения
очная

Владивосток 2026

Рабочая программа дисциплины (модуля) «Управление цифровым продуктом» составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки 38.03.06 Торговое дело (утв. приказом Минобрнауки России от 12.08.2020г. №963) и Порядком организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры (утв. приказом Минобрнауки России от 06.04.2021 г. N245).

Составитель(и):

Кметь Е.Б.

Утверждена на заседании кафедры маркетинга и логистики от 20.05.2026 , протокол № 9

СОГЛАСОВАНО:

Заведующий кафедрой (разработчика)

Юрченко Н.А.

ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ	
Сертификат	1575639371
Номер транзакции	0000000000F7BC58
Владелец	Юрченко Н.А.

1 Цель, планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю)

Целью вляется формирование у слушателей системы теоретических знаний и практических умений в области управления цифровым продуктом.

Задачи:

- рассмотреть сущность продакт-менеджмента (управления продуктом) и процесс создания продукта;
- раскрыть содержание анализа целевой аудитории проекта;
- уточнить сущность Customer Development;
- рассмотреть конкурентный анализ;
- раскрыть содержание оценки рынка;
- рассмотреть лендинг и формулировку ценностного предложения;
- уточнить маркетинг продукта;
- рассмотреть MVP, HADI и Unit-экономики;
- уточнить содержание онбординга и фидбек по продукту.

Планируемыми результатами обучения по дисциплине (модулю), являются знания, умения, навыки. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы, представлен в таблице 1.

Таблица 1 – Компетенции, формируемые в результате изучения дисциплины (модуля)

Название ОПОП ВО, сокращенное	Код и формулировка компетенции	Код и формулировка индикатора достижения компетенции	Результаты обучения по дисциплине		
			Код результата	Формулировка результата	
38.03.06 «Торговое дело» (Б-ТД)	ОПК-5 : Способен использовать современные информационные технологии и программные средства при решении профессиональных задач	ОПК-5.2к : Использует автоматизированные информационные системы и программные средства в профессиональной деятельности	РД1	Знание	Знает сущность продакт-менеджмента и процесса создания продукта, методы сегментирования и описания целевой аудитории, содержание этапа Custdev, методы конкурентного анализа, роль маркетинга в разработке и продвижении продукта, сущность онбординг и фидбека по продукту
			РД2	Умение	Умеет формулировать идею нового продукта, определять и анализировать целевую аудиторию проекта, разрабатывать гайды для глубинных интервью, определять ключевых конкурентов, формировать систему мероприятий продвижения продукта и предложения по онбордингу
			РД3	Навык	Владеет навыками описания целевой аудитории продукта,

					применения инструментов Custdev, реализации методов конкурентного анализа, работы в системах управления контента для создания лендингов, оценки успешности мероприятий онбординга
	ПКВ-3 : Способен к разработке, реализации и развитию профессиональных проектов с применением инновационных технологий с целью повышения эффективности деятельности предприятия	ПКВ-3.1к : Участвует в разработке новых продуктов, в т.ч. цифровых, в формировании и развитии ассорти-мента, создании и управлении нематериальными активами (брендами) организации	РД4	Знание	Знает способы и критерии оценки рынка, сущность Unit-экономики
			РД5	Умение	Умеет проводить оценку рынка сверху и снизу, определять основные метрики Unit-экономики для продукта
			РД6	Навык	Владеет навыками оценки рынка продукта и навыками расчета метрик Unit-экономики

В процессе освоения дисциплины решаются задачи воспитания гармонично развитой, патриотичной и социально ответственной личности на основе традиционных российских духовно-нравственных и культурно-исторических ценностей, представленные в таблице 1.2.

Таблица 1.2 – Целевые ориентиры воспитания

Воспитательные задачи	**Формирование ценностей**	**Целевые ориентиры**
Формирование гражданской позиции и патриотизма		
Воспитание уважения к истории и культуре России	Гуманизм	Жизнелюбие Гибкость мышления Гуманность
Воспитание уважения к Конституции и законам Российской Федерации	Гражданственность	Осознание себя членом общества
Формирование толерантности и уважения к представителям различных национальностей и культур, проживающих в России	Справедливость Взаимопомощь и взаимоуважение	Гуманность Доброжелательность и открытость
Формирование духовно-нравственных ценностей		
Развитие культуры здорового образа жизни	Жизнь Достоинство	Жизнелюбие Сопереживание и эмпатия Честность
Формирование научного мировоззрения и культуры мышления		
Развитие творческих способностей и умения решать нестандартные задачи	Созидательный труд	Дисциплинированность
Формирование коммуникативных навыков и культуры общения		
Воспитание культуры диалога и уважения к мнению других людей	Достоинство Высокие нравственные идеалы	Доброжелательность и открытость

2 Место дисциплины (модуля) в структуре ОПОП

Дисциплина "Управление цифровым продуктом" относится к обязательной части дисциплин ОФО, читается в 6 семестре, трудоемкость составляет 4 зачетных единицы (144 час.), 18 лекций, 36 практику, 89 часов СРС, промежуточная аттестация -экзамен

Дисциплина "Управление цифровым продуктом" относится к обязательной части дисциплин ОЗФО, трудоемкость составляет 4 зачетных единицы (144 час.), 2 лекции, 0 практик, ПА-1 час, КСР - 4 часа, 137 часов СРС, промежуточная аттестация -экзамен

3. Объем дисциплины (модуля)

Объем дисциплины (модуля) в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу с обучающимися (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу, приведен в таблице 2.

Таблица 2 – Общая трудоемкость дисциплины

Название ОПОП ВО	Форма обучения	Часть УП	Семестр (ОФО) или курс (ЗФО, ОЗФО)	Трудоемкость	Объем контактной работы (час)						СРС	Форма аттестации
				(З.Е.)	Всего	Аудиторная			Внеаудиторная			
						лек.	прак.	лаб.	ПА	КСР		
38.03.06 Торговое дело	ОФО	Б1.Б	6	4	55	18	36	0	1	0	89	Э

4 Структура и содержание дисциплины (модуля)

4.1 Структура дисциплины (модуля) для ОФО

Тематический план, отражающий содержание дисциплины (перечень разделов и тем), структурированное по видам учебных занятий с указанием их объемов в соответствии с учебным планом, приведен в таблице 3.1

Таблица 3.1 – Разделы дисциплины (модуля), виды учебной деятельности и формы текущего контроля для ОФО

№	Название темы	Код результата обучения	Кол-во часов, отведенное на				Форма текущего контроля
			Лек	Практ	Лаб	СРС	
1	Сущность продакт-менеджмента	РД1, РД2, РД3	3	6	0	15	Тест, Кейс-задачи.
2	Анализ целевой аудитории проекта и Customer Development	РД1, РД2, РД3	3	6	0	15	Тест, Кейс-задачи.
3	Конкурентный анализ и оценка рынка	РД4, РД5, РД6	3	6	0	15	Тест, Кейс-задачи.
4	Лендинг пейдж и маркетинг продукта	РД1, РД2, РД3	3	6	0	15	Тест, Кейс-задачи.
5	MVP, HADI, Unit-экономика	РД4, РД5, РД6	3	6	0	15	Тест, Кейс-задачи.
6	Онбординг и фидбек по продукту	РД1, РД2, РД3	3	6	0	14	Тест, Кейс-задачи.
Итого по таблице			**18**	**36**	**0**	**89**	

4.2 Содержание разделов и тем дисциплины (модуля) для ОФО

Тема 1 Сущность продакт-менеджмента .

Содержание темы: Продакт-менеджмент или управление продуктом как организационная функция компании, ответственная за планирование и маркетинг продукта на всех стадиях его жизненного цикла. Подходы к трактовке места и роли product management в деятельности компании. Soft-skills, основные функции и решаемые задачи продакта. Две части процесса создания продукта: do the right things (качество и количество) и do things right (UX, прототипирование, проверка, UI).

Формы и методы проведения занятий по теме, применяемые образовательные технологии: активные, интерактивные формы проведения занятий - кейс - задачи.

Виды самостоятельной подготовки студентов по теме: подготовка к практическому занятию.

Тема 2 Анализ целевой аудитории проекта и Customer Development .

Содержание темы: Вспоминаем процесс создания продукта. Определение сегментов пользователей. Customer Development (CustDev). Количественные исследования. Опросы. Юзабилити тестирование и аналитика. Разберем Lean Canvas. Разберем JTBD. Карта эмпатии (Empathy Map). Custdev и какова его роль в исследованиях. Как проводить Customer Development. Примеры гайдов. Что вы должны получить на выходе. Инструменты и аналитика. Подведение итогов. Ценностное предложение.

Формы и методы проведения занятий по теме, применяемые образовательные технологии: активные, интерактивные формы проведения занятий - кейс - задачи.

Виды самостоятельной подготовки студентов по теме: подготовка к практическому занятию.

Тема 3 Конкурентный анализ и оценка рынка .

Содержание темы: Конкурентные преимущества. Анализ конкурентов. Анализ конкурентных сил по модели 5-ти сил Майкла Портера. Карты позиционирования. Зачем оценивать рынок. Способы и критерии оценки рынка. Оценка сверху - SOM, SAM, TAM, PAM. Оценка снизу. Оценка – расчет сверху. Оценка – расчет снизу.

Формы и методы проведения занятий по теме, применяемые образовательные технологии: активные, интерактивные формы проведения занятий - кейс - задачи.

Виды самостоятельной подготовки студентов по теме: подготовка к практическому занятию.

Тема 4 Лендинг пейдж и маркетинг продукта .

Содержание темы: Что такое лендинг пейдж. Основные типы лендинг пейдж. Call to action. Ценностное предложение. Как быстро сделать лендинг пейдж. Конструктор сайта Тильда. Стратегия в интернет-маркетинге, процесс разработки, каналы, методы и технологии. Социальные сети. Контент-маркетинг. Виды рекламы в Интернет. Рассылка. Тренды интернет-маркетинга. Веб-аналитика. SEO.

Формы и методы проведения занятий по теме, применяемые образовательные технологии: активные, интерактивные формы проведения занятий - кейс - задачи.

Виды самостоятельной подготовки студентов по теме: подготовка к практическому занятию.

Тема 5 MVP, HADI, Unit-экономика .

Содержание темы: MVP — minimum viable product. Разберем что это и каких типов бывает. Каким должен быть MVP на разных стадиях бизнеса. Главные ошибки. Как создать MVP. HADI-цикл. Что такое HADI-цикл, и чем он нам поможет. Итеративная и неинкрементальная разработка. Unit-экономика. Что такое Unit-экономика? Какие метрики

подходят для большинства бизнес моделей? Разберемся с метриками CPAcq, ARPU, ARPPU, LTV и Retention. Посчитаем конверсию и разберем, как работает воронка.

Формы и методы проведения занятий по теме, применяемые образовательные технологии: активные, интерактивные формы проведения занятий - кейс - задачи.

Виды самостоятельной подготовки студентов по теме: подготовка к практическому занятию.

Тема 6 Онбординг и фидбек по продукту .

Содержание темы: Что такое онбодинг, его виды, роль и вклад в оптимизацию продаж. Ошибки онбординга и метрики.

Формы и методы проведения занятий по теме, применяемые образовательные технологии: активные, интерактивные формы проведения занятий - кейс - задачи.

Виды самостоятельной подготовки студентов по теме: подготовка к практическому занятию.

5 Методические указания для обучающихся по изучению и реализации дисциплины (модуля)

5.1 Методические рекомендации обучающимся по изучению дисциплины и по обеспечению самостоятельной работы

Самостоятельная работа бакалавров предполагает:

1. Выполнение проекта в рамках ситуационных заданий в форме кейс-задачи.
2. Подготовка к тестированию по темам курса.
3. Подготовку к сдаче экзамена в устной или письменной формах.

1 Методические рекомендации по выполнению кейс-задач. Кейс-задача представляет собой проблемное задание, в котором обучающемуся предлагается осмыслить реальную профессионально-ориентированную ситуацию, необходимую для решения данной проблемы, и предполагают самостоятельные исследования под конкретную поставленную задачу и презентацию результатов. Кейс-задачи представляют собой ситуационные задания, выполняемые индивидуально или группой студентов - временным творческим коллективом в составе нескольких студентов (2-3 человека). Процесс выполнения кейс-задачи предполагает:

1. Изучение материала по теме занятия и подготовка к практическому занятию.
2. Поиск и сбор первичной и вторичной информации по заявленной проблеме в рамках ситуационных заданий к практическим занятиям и подготовка отчета по результатам исследования
3. Защита ситуационного задания на практическом занятии с демонстрацией отчета или презентации, ответы на вопросы, обсуждение.

По результатам проверки студенту выставляется определенное количество баллов, которое входит в общее количество баллов студента, набранных им в течение семестра. При оценке результатов выполнения кейс-задачи учитываются четкость структуры работы, умение сбора вторичной информации, умение ставить проблему и анализировать ее, умение логически мыслить, владение профессиональной терминологией, грамотность оформления.

2 Подготовка к тестированию по темам курса. При подготовке к тестированию студенту целесообразно повторить разделы пройденной дисциплины, построить логические связки теоретического материала дисциплины с практическими ситуациями, которые решали на практических занятиях и в ходе выполнения самостоятельной работы. Рекомендуется при подготовке к тесту использовать список основной литературы, профильные журналы по теории и практике продакт менеджмента. Если в ходе к подготовке к тесту у студента остаются вопросы, на которые он не смог ответить, то

обязательно следует посетить консультацию ведущего преподавателя и выяснить эти вопросы.

Рекомендации по подготовке к экзамену

Подготовка к экзамену и его результативность также требует у студентов умения оптимально организовывать свое время. Идеально, если студент ознакомился с основными положениями, определениями и понятиями курса в процессе аудиторного изучения дисциплины, в этом случае подготовка к зачету позволит систематизировать изученный материал и глубже его усвоить.

Подготовку к экзамену лучше начинать с распределения предложенных контрольных вопросов по разделам и темам курса. Затем необходимо выяснить наличие теоретических источников (конспекта лекций, учебников, учебных пособий).

При изучении материала следует выделять основные положения, определения и понятия, можно их конспектировать. Выделение опорных положений даст возможность систематизировать представления по дисциплине и, соответственно, результативнее подготовиться к экзамену.

5.2 Особенности организации обучения для лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов

При необходимости обучающимся из числа лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов (по заявлению обучающегося) предоставляется учебная информация в доступных формах с учетом их индивидуальных психофизических особенностей:

- для лиц с нарушениями зрения: в печатной форме увеличенным шрифтом; в форме электронного документа; индивидуальные консультации с привлечением тифлосурдопереводчика; индивидуальные задания, консультации и др.
- для лиц с нарушениями слуха: в печатной форме; в форме электронного документа; индивидуальные консультации с привлечением сурдопереводчика; индивидуальные задания, консультации и др.
- для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата: в печатной форме; в форме электронного документа; индивидуальные задания, консультации и др.

6 Фонд оценочных средств для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

В соответствии с требованиями ФГОС ВО для аттестации обучающихся на соответствие их персональных достижений планируемым результатам обучения по дисциплине (модулю) созданы фонды оценочных средств. Типовые контрольные задания, методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений и навыков, а также критерии и показатели, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и характеризующие этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы, представлены в Приложении 1.

7 Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины (модуля)

7.1 Основная литература

1. Кольева, Н. С. Экономика цифровых бизнес-моделей : учебное пособие / Н. С. Кольева, Л. В. Кортенко. — Екатеринбург : УрГЭУ, 2025. — 249 с. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/517496 (дата обращения: 25.05.2026). — Режим доступа: для авториз. пользователей.

2. Рис, Э. Бизнес с нуля. Метод Lean Startup для быстрого тестирования идей и выбора бизнес-модели : учебное пособие / Э. Рис. - 5-е изд. - Москва : Альпина Паблишер, 2026. - 258 с. - ISBN 978-5-9614-5405-5. - Текст : электронный. - URL: https://znanium.ru/catalog/product/2239168 (дата обращения: 31.05.2026)

3. Тронина, И. А. Менеджмент продукта: стратегические аспекты : учебное пособие / И. А. Тронина, Г. И. Татенко. — Орел : ОГУ имени И.С. Тургенева, 2025. — 109 с. — ISBN 978-5-9929-1857-1. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/510810 (дата обращения: 25.05.2026). — Режим доступа: для авториз. пользователей.

4. Чернышева, А. М. Управление продуктом : учебник и практикум для вузов / А. М. Чернышева, Т. Н. Якубова. — Москва : Издательство Юрайт, 2026. — 368 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-16619-4. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/583364 (дата обращения: 19.05.2026).

7.2 Дополнительная литература

1. Бланк, С. Четыре шага к озарению: Стратегии создания успешных стартапов : практическое руководство / С. Бланк. - Москва : Альпина Паблишер, 2026. - 376 с. - ISBN 978-5-9614-4645-6. - Текст : электронный. - URL: https://znanium.ru/catalog/product/2233442 (дата обращения: 31.05.2026)

2. Маркетинговое управление разработкой продукта : учебное пособие для магистров : [16+] / И. И. Скоробогатых, М. А. Солнцев, Ж. Б. Мусатова, П. Ю. Невоструев ; под общ. ред. И. И. Скоробогатых. – 3-е изд. – Москва : Дашков и К°, 2026. – 176 с. : ил., табл. – (Учебные издания для магистров). – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=731154 (дата обращения: 20.05.2026). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-394-06394-7. – Текст : электронный.

3. Ньютон, Р. Управление проектами от А до Я : практическое руководство / Р. Ньютон. - Москва : Альпина Паблишер, 2026. - 192 с. - ISBN 978-5-9614-0539-2. - Текст : электронный. - URL: https://znanium.ru/catalog/product/2231494 (дата обращения: 31.05.2026)

7.3 Ресурсы информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", включая профессиональные базы данных и информационно-справочные системы (при необходимости):

1. Образовательная платформа "ЮРАЙТ"
2. Электронно-библиотечная система "ZNANIUM.COM"
3. Электронно-библиотечная система "ЛАНЬ"
4. Электронно-библиотечная система "УНИВЕРСИТЕТСКАЯ БИБЛИОТЕКА ОНЛАЙН"
5. Open Academic Journals Index (OAJI). Профессиональная база данных - Режим доступа: http://oaji.net/
6. Президентская библиотека им. Б.Н.Ельцина (база данных различных профессиональных областей) - Режим доступа: https://www.prlib.ru/
7. Информационно-справочная система "Консультант Плюс" - Режим доступа: http://www.consultant.ru/

8 Материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля) и перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения

Основное оборудование:

- Компьютеры
- Проектор

Программное обеспечение:

- Microsoft Office 2010 Standart
- Microsoft Windows 7 Russian

МИНОБРНАУКИ РОССИИ

ВЛАДИВОСТОКСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

КАФЕДРА МАРКЕТИНГА И ЛОГИСТИКИ

Фонд оценочных средств
для проведения текущего контроля
и промежуточной аттестации по дисциплине (модулю)

УПРАВЛЕНИЕ ЦИФРОВЫМ ПРОДУКТОМ

Направление и направленность (профиль)
38.03.06 Торговое дело. Интернет-маркетинг и электронная торговля

Год набора на ОПОП
2023

Форма обучения
очная

Владивосток 2026

1 Перечень формируемых компетенций

Название ОПОП ВО, сокращенное	Код и формулировка компетенции	Код и формулировка индикатора достижения компетенции
38.03.06 «Торговое дело» (Б-ТД)	ОПК-5 : Способен использовать современные информационные технологии и программные средства при решении профессиональных задач	ОПК-5.2к : Использует автоматизированные информационные системы и программные средства в профессиональной деятельности
	ПКВ-3 : Способен к разработке, реализации и развитию профессиональных проектов с применением инновационных технологий с целью повышения эффективности деятельности предприятия	ПКВ-3.1к : Участвует в разработке новых продуктов, в т.ч. цифровых, в формировании и развитии ассорти-мента, создании и управлении нематериальными активами (брендами) организации

Компетенция считается сформированной на данном этапе в случае, если полученные результаты обучения по дисциплине оценены положительно (диапазон критериев оценивания результатов обучения «зачтено», «удовлетворительно», «хорошо», «отлично»). В случае отсутствия положительной оценки компетенция на данном этапе считается несформированной.

2 Показатели оценивания планируемых результатов обучения

Компетенция ПКВ-3 «Способен к разработке, реализации и развитию профессиональных проектов с применением инновационных технологий с целью повышения эффективности деятельности предприятия»

Таблица 2.1 – Критерии оценки индикаторов достижения компетенции

Код и формулировка индикатора достижения компетенции	Результаты обучения по дисциплине			Критерии оценивания результатов обучения
	Код рез-та	Тип рез-та	Результат	
ПКВ-3.1к : Участвует в разработке новых продуктов, в т.ч. цифровых, в формировании и развитии ассорти-мента, создании и управлении нематериальными активами (брендами) организации	РД 4	Знание	Знает способы и критерии оценки рынка, сущность Unit-экономики	Тест
	РД 5	Умение	Умеет проводить оценку рынка сверху и снизу, определять основные метрики Unit-экономики для продукта	Кейс
	РД 6	Навык	Владеет навыками оценки рынка продукта и навыками расчета метрик Unit-экономики	Кейс

Компетенция ОПК-5 «Способен использовать современные информационные технологии и программные средства при решении профессиональных задач»

Таблица 2.2 – Критерии оценки индикаторов достижения компетенции

Код и формулировка индикатора достижения компетенции	Результаты обучения по дисциплине	Критерии оценивания результатов обучения

	Код рез-та	Тип рез-та	Результат	
ОПК-5.2к : Использует автоматизированные информационные системы и программные средства в профессиональной деятельности	РД 1	Знание	Знает сущность продакт-менеджмента и процесса создания продукта, методы сегментирования и описания целевой аудитории, содержание этапа Custdev, методы конкурентного анализа, роль маркетинга в разработке и продвижении продукта, сущность онбординг и фидбека по продукту	Тест
	РД 2	Умение	Умеет формулировать идею нового продукта, определять и анализировать целевую аудиторию проекта, разрабатывать гайды для глубинных интервью, определять ключевых конкурентов, формировать систему мероприятий продвижения продукта и предложения по онбордингу	Кейс
	РД 3	Навык	Владеет навыками описания целевой аудитории продукта, применения инструментов Custdev, реализации методов конкурентного анализа, работы в системах управления контента для создания лендингов, оценки успешности мероприятий онбординга	Кейс

Таблица заполняется в соответствии с разделом 1 Рабочей программы дисциплины (модуля).

3 Перечень оценочных средств

Таблица 3 – Перечень оценочных средств по дисциплине (модулю)

Контролируемые планируемые результаты обучения		Контролируемые темы дисциплины	Наименование оценочного средства и представление его в ФОС	
			Текущий контроль	Промежуточная аттестация
Очная форма обучения				
РД1	Знание : Знает сущность продакт-менеджмента и процесса создания продукта, методы сегментирования и описания целевой аудитории, содержание этапа Custdev, методы конкурентного анализа, роль маркетинга в разработке и продвижении продукта, сущность онб	1.1. Сущность продакт-менеджмента	Тест	Экзамен в устной форме
		1.2. Анализ целевой аудитории проекта и Customer Development	Тест	Экзамен в устной форме
		1.4. Лендинг пейдж и маркетинг продукта	Тест	Экзамен в устной форме
		1.6. Онбординг и фидбек по продукту	Тест	Экзамен в устной форме

	ординг и фидбека по продукту			
РД2	Умение : Умеет формулировать идею нового продукта, определять и анализировать целевую аудиторию проекта, разрабатывать гайды для глубинных интервью, определять ключевых конкурентов, формировать систему мероприятий продвижения продукта и предложения по онбордингу	1.1. Сущность продакт-менеджмента	Кейс-задача	Экзамен в устной форме
		1.2. Анализ целевой аудитории проекта и Customer Development	Кейс-задача	Экзамен в устной форме
		1.4. Лендинг пейдж и маркетинг продукта	Кейс-задача	Экзамен в устной форме
		1.6. Онбординг и фидбек по продукту	Кейс-задача	Экзамен в устной форме
РД3	Навык : Владеет навыками описания целевой аудитории продукта, применения инструментов Custdev, реализации методов конкурентного анализа, работы в системах управления контента для создания лендингов, оценки успешности мероприятий онбординга	1.1. Сущность продакт-менеджмента	Кейс-задача	Экзамен в устной форме
		1.2. Анализ целевой аудитории проекта и Customer Development	Кейс-задача	Экзамен в устной форме
		1.4. Лендинг пейдж и маркетинг продукта	Кейс-задача	Экзамен в устной форме
		1.6. Онбординг и фидбек по продукту	Кейс-задача	Экзамен в устной форме
РД4	Знание : Знает способы и критерии оценки рынка, сущность Unit-экономики	1.3. Конкурентный анализ и оценка рынка	Тест	Экзамен в устной форме
		1.5. MVP, HADI, Unit-экономика	Тест	Экзамен в устной форме
РД5	Умение : Умеет проводить оценку рынка сверху и снизу, определять основные метрики Unit-экономики для продукта	1.3. Конкурентный анализ и оценка рынка	Кейс-задача	Экзамен в устной форме
		1.5. MVP, HADI, Unit-экономика	Кейс-задача	Экзамен в устной форме
РД6	Навык : Владеет навыками оценки рынка продукта и навыками расчета метрик Unit-экономики	1.3. Конкурентный анализ и оценка рынка	Кейс-задача	Экзамен в устной форме
		1.5. MVP, HADI, Unit-экономика	Кейс-задача	Экзамен в устной форме

4 Описание процедуры оценивания

Качество сформированности компетенций на данном этапе оценивается по результатам текущих и промежуточных аттестаций при помощи количественной оценки, выраженной в баллах. Максимальная сумма баллов по дисциплине (модулю) равна 100 баллам.

Распределение баллов по видам учебной деятельности

Вид учебной деятельности	Тесты	Кейс-задачи	Устные или письменные ответы на вопросы	Итого
Практические занятия	40	40		80
Самостоятельная работа		10		10
Промежуточная аттестация			10	10
Итого	40	50	10	100

Сумма баллов, набранных студентом по всем видам учебной деятельности в рамках дисциплины, переводится в оценку в соответствии с таблицей.

Сумма баллов по дисциплине	Оценка по промежуточной аттестации	Характеристика качества сформированности компетенции
от 91 до 100	«зачтено» / «отлично»	Студент демонстрирует сформированность дисциплинарных компетенций, обнаруживает всестороннее, систематическое и глубокое знание учебного материала, усвоил основную литературу и знаком с дополнительной литературой, рекомендованной программой, умеет свободно выполнять практические задания, предусмотренные программой, свободно оперирует приобретенными знаниями, умениями, применяет их в ситуациях повышенной сложности.
от 76 до 90	«зачтено» / «хорошо»	Студент демонстрирует сформированность дисциплинарных компетенций: основные знания, умения освоены, но допускаются незначительные ошибки, неточности, затруднения при аналитических операциях, переносе знаний и умений на новые, нестандартные ситуации.
от 61 до 75	«зачтено» / «удовлетворительно»	Студент демонстрирует сформированность дисциплинарных компетенций: в ходе контрольных мероприятий допускаются значительные ошибки, проявляется отсутствие отдельных знаний, умений, навыков по некоторым дисциплинарным компетенциям, студент испытывает значительные затруднения при оперировании знаниями и умениями при их переносе на новые ситуации.
от 41 до 60	«не зачтено» / «неудовлетворительно»	У студента не сформированы дисциплинарные компетенции, проявляется недостаточность знаний, умений, навыков.
от 0 до 40	«не зачтено» / «неудовлетворительно»	Дисциплинарные компетенции не сформированы. Проявляется полное или практически полное отсутствие знаний, умений, навыков.

5 Примерные оценочные средства

5.1 Задания для решения кейс-задачи

Кейс-задача. Тема 5. Расчет метрик Unit-экономики

Условие.

Данные за месяц языкового онлайн-сервиса:

- Выручка (заработали валовый доход) **4,8 млн. руб.**
- Потратили на продвижение (реклама на поиске, в соц.сетях и т.д.) **3 млн. руб.**
- Привлекли пользователей **1 млн. чел.**
- Из них купили **4000 чел**., конверсия в покупки **0,4%**
- Средний чек в год **1200 руб.**
- Маржинальность **100%** (т.к. цифровой продукт)
- Нет повторных покупок

Следовательно, известны следующие метрики Unit-экономики

Profit **Прибыль, руб**	**User Acq** **Пользователи, чел.**	**C1** **Конверсия в покупки, %**	**Buyers** **Покупатели, чел.**	**AvPrice** **Ср. Чек в год, руб.**
1 800 000 руб.	1 000 000 чел.	0,4 %	4 000 чел.	1200 руб.

Расчетное задание.

1) Следует рассчитать следующие метрики Unit-экономики

Pevenue **Доход, руб**	**Маржинальность, %**	**Margin** **Маржа, руб.**	**CPA cq** **Стоимость привлечения пользователя, руб.**	**ARPU** **Маржа с одного пользователя, руб.**
4 800 000 руб.	100 %	4 800 000 руб.	????? руб.	?????? руб.

2) Какие метрики нужно изменить, чтобы увеличить прибыль в 5 и 9 раз до 9 и 17 млн. руб.????

В Unit-экономике не учитывается ФОТ (оплата труда и аренда офиса)

Просчитываем две гипотезы для увеличения прибыли в 5 и 9 раз (вставить значения в таблицу).

1 гипотеза - поднимаем конверсию до 1 %

	Profit **Прибыль, руб**	**User Acq** **Пользователи, чел.**	**C1** **Конверсия в покупки, %**	**Buyers** **Покупатели, чел.**	**AvPrice** **Ср. Чек в год, руб.**
	1 800 000 руб.	1 000 000 чел.	0,4 %	4 000 чел.	1200 руб.
5 x	…….. +……..	……..	..% +...	……..	…….
9 x	…….. +……..	……..	..%	……..	…….

2 гипотеза - увеличиваем средний чек до 2 000 руб. в год

	Pevenue **Доход, руб**	**Маржинальность, %**	**Margin** **Маржа, руб.**	**CPA cq** **Стоимость привлечения пользователя, руб.**	**ARPU** **Маржа с одного пользователя, руб.**
	4 800 000 руб.	100 %	4 800 000 руб.	….. руб.	…….. руб.
5x	…….	….	……	…	….
9x	…….	….	……	…	….

Краткие методические указания

Методические рекомендации по выполнению кейс-задач.

Кейс-задача представляет собой проблемное задание, в котором обучающемуся предлагается осмыслить реальную профессионально-ориентированную ситуацию, необходимую для решения данной проблемы, и предполагают самостоятельные исследования под конкретную поставленную задачу и подготовку отчета по результатам исследования. Кейс-задачи представляют собой ситуационные задания, выполняемые индивидуально или группой студентов - временным творческим коллективом в составе нескольких студентов (2-3 человека). Процесс выполнения кейс-задачи предполагает:

1. Изучение материала по теме занятия и подготовка к практическому занятию.

2. Поиск и сбор первичной и вторичной информации по заявленной проблеме в рамках ситуационных заданий к практическим занятиям и подготовка отчета по результатам выполнения задания.

3. Защита ситуационного задания на практическом занятии с демонстрацией отчета, ответы на вопросы, обсуждение.

По результатам проверки студенту выставляется определенное количество баллов, которое входит в общее количество баллов студента, набранных им в течение семестра. При оценке результатов выполнения кейс-задачи учитываются четкость структуры работы, умение сбора вторичной информации, умение ставить проблему и анализировать ее, умение логически мыслить, владение профессиональной терминологией, грамотность оформления.

Шкала оценки

Критерии оценки результатов выполнения кейс-задач (каждой кейс-задачи)

Оценка по текущей аттестации	% выполнения кейс-задачи (балл)	**Критерии**
5 (отлично)	100-91 (9-8)	выставляется студенту, если студент выразил своё мнение по сформулированной проблеме, аргументировал его, точно определив ее содержание и составляющие. Приведены данные отечественной и зарубежной литературы, статистические сведения, информация нормативно-правового характера. Студент знает и владеет навыком самостоятельной исследовательской работы по теме исследования; методами и приемами анализа теоретических и/или практических аспектов изучаемой области. Фактических ошибок, связанных с пониманием проблемы, нет; графически работа оформлена правильно
4 (хорошо)	90- 81 (7-6)	работа характеризуется смысловой цельностью, связностью и последовательностью изложения; допущено не более 1 ошибки при объяснении смысла или содержания проблемы. Для аргументации приводятся данные отечественных и зарубежных авторов. Продемонстрированы исследовательские умения и навыки. Фактических ошибок, связанных с пониманием проблемы, нет. Допущены одна-две ошибки в оформлении работы
3 (удовлет.)	80 - 71 (5)	студент проводит достаточно самостоятельный анализ основных этапов и смысловых составляющих проблемы; понимает базовые основы и теоретическое обоснование выбранной темы. Привлечены основные источники по рассматриваемой теме. Допущено не более 2 ошибок в смысле или содержании проблемы, оформлении работы

2 (неуд.)	70-60 (менее 5)	если работа представляет собой пересказанный или полностью переписанный исходный текст без каких бы то ни было комментариев, анализа. Не раскрыта структура и теорети ческая составляющая темы. Допущено три или более трех ошибок в смысловом содержа нии раскрываемой проблемы, в оформлении работы.
1 (неуд.)	менее 60 (менее 4)	Цель задания не достигнута, используется заимствованный материал

5.2 Контрольный тест

Тест по теме 1

1. Как обознается основная метрика Юнит-экономики - средний доход с привлеченного пользователя?

1. A. ARPU
2. B. ARPPU
3. C. CPA
4. D. MVP

2. Какой метод описания сегментов целевой аудитории более подходит для описания пользователей совершенно нового вида продукта для компании?

1. *JTBD*
2. User Personas

3. Какие основные этапы можно выделить в правильнойпоследовательности? (несколько вариантов ответа)

1. Разработка продукта (работа технического отдела).
2. Создание рекламы для продукта (работа маркетологов).
3. Продажа продукта (работа менеджеров по продажам).
4. Исследование продукта (работа product-мееджера и его продуктовой команды).

4. Какой способ подсчета рынка подразумевает подсчет какого-то процента рынка и дальнейшее проведение всех оценок относительно этого показателя?

1. проектная оценка.
2. оценка сверху.
3. оценка снизу.

5. В какой форме проводится CustDev***?***

1. Опрос
2. Кабинетные исследования
3. Глубинные интервью

6. Как называется метод экономического моделирования, который помогает прибыльности бизнеса через расчетную прибыль определить бизнес-юниту (единицы товара или одного клиента)?

1. Фидбек
2. Юнит-экономика
3. Онбординг
4. MVP

7. Как называется последовательный сбор и обработка обратной связи от потребителя продукта?

1. Фидбек
2. Юнит-экономика
3. Онбординг
4. MVP

8. Как называется процесс адаптации пользователя, знакомство его с продуктом?

1. Фидбек
2. Юнит-экономика
3. Онбординг
4. MVP

9.Как называется версия минимально жизнеспособного цифрового продукта?

1. A. Фидбек
2. B. Юнит-экономика
3. C. Онбординг
4. MVP

10. Как обознается основная метрика Юнит-экономики - доход с платящего пользователя?

1. ARPU
2. ARPPU
3. CPA
4. MVP

11. Как обознается основная метрика Юнит-экономики - стоимость привлечения пользователя?

A. A. ARPU
B. B. ARPPU
C. C. CPA
D. D. MVP

Краткие методические указания

При подготовке к тестированию студенту целесообразно повторить разделы пройденной дисциплины, построить логические связки теоретического материала дисциплины с практическими ситуациями, которые решали на практических занятиях и в ходе выполнения самостоятельной работы. Рекомендуется при подготовке к тесту использовать список основной литературы, профильные журналы по теории и практике продакт менеджмента. Если в ходе к подготовке к тесту у студента остаются вопросы, на которые он не смог ответить, то обязательно следует посетить консультацию ведущего преподавателя и выяснить эти вопросы.

Сдача всех заданий обязательна. За каждый тест можно набрать максимально 4 балла (отлично).

Шкала оценки

Критерии оценки результатов тестирования (каждого теста)

Оценка по текущей аттестации	% выполнения теста (балл)	Описание
5 (отлично)	100 (4)	выставляется студенту, если студент не допустил ошибок в ответах на вопросы теста (на все вопросы даны правильные ответы)
4 (хорошо)	90 (3)	выставляется студенту, если студент допустил не более 1 ошибки в ответах на вопросы теста
3 (удовлет.)	80 (2)	выставляется студенту, если студент допустил не более 3 ошибок в ответах на вопросы теста
2-1 (неуд.)	менее 70 (1)	выставляется студенту, если студент допустил 3 и более неправильных ответов на вопросы теста

5.3 Вопросы к экзамену

Список вопросов к экзамену:

1. Раскройте сущность продакт-менеджмента.
2. Перечислите этапы процесса создания продукта.
3. Чем отличаются метод персон и JTBD?
4. В какой форме проводится CustDev**?**
5. Раскройте содержание методов оценки рынка сверху - SOM, SAM, TAM, PAM.
6. Раскройте содержание методов оценки рынка снизу.
7. Что такое лендинг пейдж и основные типы?
8. Раскройте суть Unit-экономики и перечислите ключевые метрики Unit-экономики
9. Что такое MVP?
10. Опишите этапы HADI-цикла.
11. Что такое онбординг и какие виды существуют?
12. Что такое фидбек?

Краткие методические указания

Рекомендации по подготовке к экзамену

Подготовка к экзамену и его результативность также требует у студентов умения оптимально организовывать свое время. Идеально, если студент ознакомился с основными положениями, определениями и понятиями курса в процессе аудиторного изучения дисциплины, в этом случае подготовка к зачету позволит систематизировать изученный материал и глубже его усвоить.

Подготовку к экзамену лучше начинать с распределения предложенных контрольных вопросов по разделам и темам курса. Затем необходимо выяснить наличие теоретических источников (конспекта лекций, учебников, учебных пособий).

При изучении материала следует выделять основные положения, определения и понятия, можно их конспектировать. Выделение опорных положений даст возможность систематизировать представления по дисциплине и, соответственно, результативнее подготовиться к экзамену.

Шкала оценки

Сумма баллов по дисциплине	Оценка по промежуточной аттестации	Характеристика уровня освоения дисциплины
от 91 до 100	«отлично»	Студент демонстрирует сформированность дисциплинарных компетенций на итоговом уровне, обнаруживает всестороннее, систематическое и глубокое знание учебного материала, усвоил основную литературу и знаком с дополнительной литературой, рекомендованной программой, умеет свободно выполнять практические задания, предусмотренные программой, свободно оперирует приобретенными знаниями, умениями, применяет их в ситуациях повышенной сложности.
от 76 до 90	«хорошо»	Студент демонстрирует сформированность дисциплинарных компетенций на среднем уровне: основные знания, умения освоены, но допускаются незначительные ошибки, неточности, затруднения при аналитических операциях, переносе знаний и умений на новые, нестандартные ситуации.

от 61 до 75	«удовлетворительно»	Студент демонстрирует сформированность дисциплинарных компетенций на базовом уровне: в ходе контрольных мероприятий допускаются значительные ошибки, проявляется отсутствие отдельных знаний, умений, навыков по некоторым дисциплинарным компетенциям, студент испытывает значительные затруднения при оперировании знаниями и умениями при их переносе на новые ситуации.
от 41 до 60	«неудовлетворительно»	Студент демонстрирует сформированность дисциплинарных компетенций на уровне ниже базового, проявляется недостаточность знаний, умений, навыков.
от 0 до 40	«неудовлетворительно»	Проявляется полное или практически полное отсутствие знаний, умений, навыков.