

ПРИКАЗ № СРО/2025

об утверждении дополнительной профессиональной программы

01.01.2025 г., г. Санкт-Петербург

В соответствии с Федеральным законом № 273-ФЗ от 29.12.2012 «Об образовании в Российской Федерации» (ст. 12, 75, 101), Приказом Министерства образования и науки РФ от 1 июля 2013 г. № 499 «Об утверждении Порядка организации и осуществления образовательной деятельности по дополнительным профессиональным программам» приказываю:

1. Утвердить дополнительную профессиональную программу – программу профессиональной переподготовки «Директор по продукту (СРО)» общей трудоемкостью 492 академ. ч.
2. Контроль исполнения приказа оставляю за собой.



/Зинин Е.Ю.

Общество с ограниченной ответственностью «Тривиум»
ИНН 7806297293, ОГРН 1187847013133



Утверждено
Приказом № СРО/2025 от 01.01.2025 г.
Генеральный директор
Зинин Е.Ю.
«01» января 2025 г.

**ДОПОЛНИТЕЛЬНАЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ ПРОГРАММА
– ПРОГРАММА ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ПЕРЕПОДГОТОВКИ
«ДИРЕКТОР ПО ПРОДУКТУ (СРО)»**

Срок реализации: 12 месяцев
Количество часов: 492 acad. ч.
Форма обучения: заочная форма
Формат обучения: с применением
исключительно дистанционных технологий
Возраст обучающихся: для лиц старше 18
лет, имеющих или получающих среднее
профессиональное и (или) высшее
образование
Автор: Карпов М.А.

г. Санкт-Петербург
2025

1. ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

Настоящая дополнительная профессиональная программа – программа профессиональной переподготовки «Директор по продукту (CPO)» (далее – Программа) разработана в соответствии с:

- Федеральным законом от 29 декабря 2012 г. № 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации»;
- Приказом Минобрнауки России от 24.03.2025 № 266 «Об утверждении Порядка организации и осуществления образовательной деятельности по дополнительным профессиональным программам»;
- Постановлением Правительства РФ от 11.10.2023 № 1678 «Об утверждении Правил применения организациями, осуществляющими образовательную деятельность, электронного обучения, дистанционных образовательных технологий при реализации образовательных программ»;
- Постановлением Главного государственного санитарного врача РФ от 28 сентября 2020 г. № 28 «Об утверждении санитарных правил СП 2.4.3648-20 "Санитарно-эпидемиологические требования к организациям воспитания и обучения, отдыха и оздоровления детей и молодежи"»;
- Профессиональным стандартом «Менеджер продуктов в области информационных технологий», утвержден приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 16.09.2021 г. № 636н;
- ФГОС высшего образования - магистратура по направлению подготовки 38.04.02 Менеджмент, утв. приказом Минобрнауки России от 12.08.2020 г. № 952.

В данной программе учтены основные идеи формирования универсальных учебных действий учащихся и соблюдена преемственность с программами высшего и/или среднего профессионального образования.

Направленность программы:

Программа имеет социально-гуманитарную направленность.

Адресат:

Программа рассчитана на обучающихся старше 18 лет, имеющих или получающих среднее профессиональное и (или) высшее образование.

Актуальность реализации:

Актуальность реализации Программы обусловлена возрастающей ролью продуктового подхода в управлении компаниями цифровой экономики и необходимостью системного управления жизненным циклом продуктов. В условиях высокой конкуренции и быстрого изменения потребительских ожиданий организации нуждаются в специалистах, способных формировать продуктовую стратегию, обеспечивать вывод продуктов на рынок и управлять их коммерческой эффективностью. Развитие цифровых технологий и платформенных бизнес-моделей усиливает потребность в руководителях, владеющих инструментами аналитики, управления командой и портфелем продуктов.

Реализация программы способствует повышению конкурентоспособности специалистов и организаций на российском и международном рынках. Подготовка директоров по продукту отвечает задачам технологического развития и цифровой трансформации экономики Российской Федерации.

Отличительные особенности программы:

Отличительной особенностью программы является ориентация на подготовку руководителей стратегического уровня, способных формировать и реализовывать продуктовую стратегию, управлять портфелем продуктов и обеспечивать их коммерческую эффективность. Программа реализуется в онлайн-формате с использованием цифровой образовательной среды, что обеспечивает гибкость обучения и возможность совмещения с профессиональной деятельностью. Обучение построено на практико-ориентированном подходе с применением кейсов, проектной работы и анализа реальных продуктовых ситуаций. Практическая направленность программы обеспечивается выполнением итогового проекта, предусматривающего разработку и защиту продуктовой стратегии или дорожной карты развития продукта.

Объем и срок освоения программы: 492 академ. ч. в течение 12 мес.

Доступ к материалам Программы обучающимся предоставляется на 3 года. Это позволяет повторять изученный материал в удобное время, восполнять пробелы в знаниях, а также возвращаться к практическим заданиям при решении рабочих задач. Такой формат способствует более глубокому закреплению навыков и поддерживает профессиональное развитие выпускников даже после завершения обучения.

Выдаваемый документ о квалификации:

Обучающиеся успешно прошедшие Программу и сдавшие итоговую аттестацию вправе получить диплом о профессиональной переподготовке установленного ООО «Тривиум» образца.

Цели и задачи программы:

Цель дополнительной профессиональной программы «Директор по продукту (CPO)» – формирование у слушателей профессиональных компетенций в области стратегического управления продуктом и продуктовым портфелем, обеспечивающих способность разрабатывать и реализовывать продуктовую стратегию, управлять жизненным циклом продукта и достигать устойчивых коммерческих результатов в условиях цифровой экономики.

Программа направлена на решение следующих основных задач:

Обучающие:

- формирование знаний и практических навыков разработки продуктовой стратегии, Go-to-Market и управления P&L продукта;
- освоение инструментов продуктовой аналитики, исследования рынка и принятия решений на основе данных;
- приобретение навыков управления кросс-функциональными командами и выстраивания продуктовых процессов.

Развивающие:

- развитие стратегического и системного мышления в управлении продуктом;
- формирование способности принимать управленческие решения в условиях неопределённости и высокой конкуренции;
- развитие навыков аналитического обоснования и аргументации управленческих решений.

Воспитательные:

- формирование ответственности за результаты продуктовой деятельности и принимаемые управленческие решения;
- развитие деловой культуры взаимодействия в команде и с заинтересованными сторонами;
- формирование ориентации на этическое ведение бизнеса и соблюдение профессиональных стандартов деятельности.

Планируемые результаты:

Планируемыми результатами обучения по программе является приобретение следующих знаний, умений, навыков, участвующих в качественном изменении компетенций:

Знания:

- Принципы формирования и реализации продуктовой стратегии, управления жизненным циклом продукта и портфелем продуктов;
- Методы анализа рынка, конкурентной среды, потребительских сегментов и финансовых показателей продукта (P&L);
- Современные инструменты продуктовой аналитики, цифровых метрик и организации кросс-функционального взаимодействия.

Умения:

- Разрабатывать продуктовую стратегию и дорожную карту развития продукта с учётом бизнес-целей организации;
- Проводить комплексный анализ данных и принимать управленческие решения на основе количественных и качественных показателей;
- Организовывать работу продуктовой команды и выстраивать взаимодействие с заинтересованными сторонами.

Навыки:

- Применения инструментов стратегического и финансового планирования в управлении продуктом;
- Использования методов продуктовой аналитики и оценки эффективности решений;
- Презентации и аргументированной защиты продуктовых инициатив на уровне руководства компании.

Перечень профессиональных компетенций, на получение которых направлено обучение:

На основе профстандарта «Менеджер продуктов в области информационных технологий»:

Обобщенные трудовые функции			Трудовые функции		
код	наименование	уровень квалификации	наименование	код	уровень (подуровень) квалификации

А	Сопровождение развития существующего ИТ-продукта	4	Организационное сопровождение исследований ИТ-продукта	A/01.4	4
			Разработка требований к ИТ-продукту	A/02.4	4
			Сопровождение дизайна, разработки и выпуска обновлений ИТ-продукта	A/03.4	4
			Сопровождение разработки планов развития и продвижения ИТ-продукта	A/04.4	4
			Поддержка продаж ИТ-продукта	A/05.4	4
В	Управление ИТ-продуктом	5	Управление продуктовыми исследованиями	B/01.5	5
			Определение ИТ-продукта, управление дизайном и требованиями к ИТ-продукту	B/02.5	5
			Создание плана развития ИТ-продукта и управление его реализацией	B/03.5	5
			Заказ разработки ИТ-продукта, контроль ее хода и приемка ИТ-продукта	B/04.5	5

			Координация планов разработки и продвижения ИТ-продуктов и согласованной работы соответствующих подразделений	В/05.5	5
			Планирование и организация вывода ИТ-продукта и его обновлений на рынок	В/06.5	5
			Экспертное сопровождение и анализ продаж ИТ-продукта	В/07.5	5
			Управление показателями успешности и развитием ИТ-продукта	В/08.5	5
			Организация вывода ИТ-продукта с рынка	В/09.5	5

Таким образом, в результате освоения программы у обучающихся формируются следующие профессиональные компетенции:

- способность формировать и актуализировать стратегию развития ИТ-продукта с учётом требований рынка, бизнес-целей организации и показателей эффективности;
- готовность организовывать процессы управления жизненным циклом продукта, включая планирование релизов, приоритизацию инициатив и контроль достижения целевых метрик;
- способность проводить комплексный анализ потребностей пользователей, конкурентной среды и экономической эффективности продуктовых решений;
- умение выстраивать взаимодействие с кросс-функциональными командами, координировать работу участников продуктовой деятельности и обеспечивать достижение запланированных результатов;
- способность принимать управленческие решения на основе данных и инструментов цифровой аналитики;

– готовность представлять и защищать продуктовые инициативы на уровне руководства и ключевых заинтересованных сторон.

Организационно-педагогические условия реализации программы дополнительного профессионального образования:

Язык реализации образовательной программы: обучение проводится на русском языке.

Форма обучения: заочная форма.

Особенности реализации программы: программа реализуется с использованием электронного обучения и исключительно дистанционных образовательных технологий.

Условия набора: на обучение принимаются все желающие лица, оплатившие обучение и заключившие договор об образовании. Обучение проходит в индивидуальном формате без формирования учебных групп. Обучающийся самостоятельно определяет время освоения Программы.

Формы проведения занятий:

- занятия в видео-формате;
- занятия в текстовом формате;
- практическая работа;
- самостоятельная работа;
- индивидуальные вопросы.

Материально-техническое оснащение:

Материальное обеспечение программы

Занятия проводятся на образовательной онлайн-платформе «Productstar». Каждый обучающийся и педагог оснащены доступом к образовательной онлайн-платформе: <https://platform.productstar.ru/login>.

У педагога дополнительного профессионального образования имеется необходимое оборудование средства для реализации программы: ноутбук с подключением к интернету, программное обеспечение.

Методическое обеспечение программы

Программа обеспечена:

- учебно-методическими материалами;
- практическими заданиями и тренажерами;
- теоретическими и практическими видео-занятиями.

Кадровое обеспечение:

К реализации программы в качестве педагогов дополнительного образования допускаются лица:

1) отвечающее одному из требований:

а) имеющее высшее образование или среднее профессиональное образование в рамках укрупненных групп специальностей и направлений подготовки высшего образования и

специальностей среднего профессионального образования «Образование и педагогические науки»;

б) имеющее высшее образование либо среднее профессиональное образование в рамках иных укрупненных групп специальностей и направлений подготовки высшего образования и специальностей среднего профессионального образования при условии его соответствия дополнительной общеобразовательной общеразвивающей программе, реализуемой ООО «Тривиум», и получение при необходимости дополнительного профессионального образования педагогической направленности;

в) успешно прошедшее промежуточной аттестации не менее чем за два года обучения по образовательным программам высшего образования по специальностям и направлениям подготовки, соответствующей направленности программы дополнительного профессионального образования;

2) не имеющее ограничений на занятие педагогической деятельностью, установленных законодательством Российской Федерации;

3) прошедшее обязательный предварительный (при поступлении на работу) и периодические медицинские осмотры (обследования), а также внеочередные медицинские осмотры (обследования) в порядке, установленном законодательством Российской Федерации.

Реализация Программы также возможна лицами, привлекаемыми на условиях гражданско-правового договора в соответствии с действующим законодательством РФ.

2. УЧЕБНЫЙ ПЛАН

№ п/п	Наименование блока	Количество часов			Формы контроля / аттестация
		Всего	Теория	Практика	
Ступень 1. Навыки Senior Product & CPO					
1.	Работа над стратегией	23	9	14	Текущий контроль
2.	Управление бюджетами и финансами	10	3	7	Текущий контроль
3.	Управление командой продаж	23	12	11	Текущий контроль
4.	Инструменты анализа и визуализации: Yandex DataLens	42	5	37	Текущий контроль, промежуточная аттестация
5.	Бонус: Power BI и Tableau	48	16	32	Текущий контроль
Ступень 2. DataDriven подходы и запуск новых направлений					
6.	Запуск новых направлений	53	11	42	Текущий контроль, промежуточная аттестация
7.	Мобильная и маркетинговая аналитика	59	30	29	Текущий контроль, промежуточная аттестация
8.	Аналитика для руководителей	85	21	64	Текущий контроль, промежуточная аттестация
9.	Публичные выступления и личная эффективность	58	9	49	Текущий контроль, промежуточная аттестация
10.	Лидерство и развитие команды	76	13	63	Текущий контроль, промежуточная аттестация
11.	Дипломная работа	15	4	11	Итоговая аттестация
	Итого:	492	133	359	

3. КАЛЕНДАРНЫЙ УЧЕБНЫЙ ГРАФИК

№ п/п	Наименование блока	1 мес яц	2 мес яц	3 мес яц	4 мес яц	5 мес яц	6 мес яц	7 мес яц	8 мес яц	9 мес яц	10 мес яц	11 мес яц	12 мес яц
1.	Работа над стратегией	X											
2.	Управление бюджетами и финансами	X											
3.	Управление командой продактов	X	X										
4.	Инструменты анализа и визуализации : Yandex DataLens		X	X									
5.	Бонус: Power BI и Tableau			X	X								
6.	Запуск новых направлений				X	X							
7.	Мобильная и маркетинговая аналитика					X	X						
8.	Аналитика для руководителей						X	X	X	X			
9.	Публичные выступления и личная эффективность									X	X		
10	Лидерство и развитие команды										X	X	X
11	Дипломная работа												X

Календарный учебный график устанавливает предельный срок освоения Программы — 12 месяцев. Вместе с тем, в связи с заочной формой и дистанционным форматом обучения слушатели могут проходить Программу в индивидуальном темпе и завершить обучение раньше установленного срока.

4. РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

Блок 1. Работа над стратегией

Теория 9 академ. ч. Практика 14 академ. ч.

В рамках блока ставятся следующие задачи:

- формирование системного понимания стратегического управления продуктом и различий между тактикой, операционным управлением и стратегией;
- освоение инструментов анализа продуктового портфеля, декомпозиции метрик и выбора ключевых показателей эффективности;
- развитие навыков приоритизации инициатив и планирования на различных горизонтах (недельном, квартальном, годовом);
- формирование способности разрабатывать видение продукта и трансформировать его в измеримые цели и OKR.

Планируемые результаты обучения:

По завершении блока слушатели:

- понимают принципы стратегического мышления и умеют применять инструменты стратегического анализа (BCG-матрица, продуктовые метрики, приоритизация);
- способны декомпозировать стратегические цели в систему метрик и корректно работать с кастомными показателями;
- владеют методиками оценки внедрения функциональности (Feature Adoption) и выбора приоритетов развития продукта;
- умеют выстраивать систему планирования и формулировать стратегические цели в формате OKR;
- разрабатывают продуктовую стратегию и дорожную карту развития продукта на среднесрочный период.

Блок состоит из следующих тем:

Тема 1: Вводный урок

Тема 2: Стратегическое мышление для продаж

Тема 3: Инструментарий работы над стратегией

Тема 4: Декомпозиция метрик и работа с кастомными метриками

Тема 5: Feature Adoption

Тема 6: Приоритизация

Тема 7: Еженедельное планирование

Тема 8: Среднесрочное планирование

Тема 9: Стратегия и видение продукта

Тема 10: OKR подход

Форма контроля: текущий контроль

Текущий контроль осуществляется через выполнение тестовых и/или практических заданий, направленных на проверку освоения инструментов стратегического анализа, декомпозиции метрик, приоритизации инициатив, разработки OKR и продуктовой стратегии.

Блок 2. Управление бюджетами и финансами

Теория 3 академ. ч. Практика 7 академ. ч.

В рамках блока ставятся следующие задачи:

- формирование понимания роли бюджетирования в управлении продуктом и ответственности за финансовый результат (P&L);
- освоение принципов построения бюджета доходов и расходов, бюджета движения денежных средств и взаимосвязи между ними;
- развитие навыков расчёта unit-экономики и оценки влияния управленческих решений на финансовые показатели продукта;
- формирование практических умений по структурированию расходов, планированию доходов и выявлению финансовых рисков.

Планируемые результаты обучения:

По завершении блока слушатели:

- понимают виды бюджетов и их назначение в системе управления продуктом;
- умеют рассчитывать ключевые показатели P&L, unit-экономики и оценивать влияние изменений метрик на финансовый результат;
- способны формировать бюджет доходов и расходов, а также бюджет движения денежных средств;
- анализируют структуру затрат (постоянные, переменные, прямые, косвенные) и принимают обоснованные решения по их оптимизации;
- применяют инструменты финансового планирования для обеспечения устойчивости и роста продукта.

Блок состоит из следующих тем:

- Тема 1: Работа с бюджетами
- Тема 2: Назначение бюджетов
- Тема 3: Нюансы бюджетов и P&L
- Тема 4: Структура бюджетов
- Тема 5: Практика бюджетов

Форма контроля: текущий контроль

Текущий контроль осуществляется через выполнение тестовых и/или практических заданий, направленных на проверку понимания принципов бюджетирования, расчёта показателей P&L и unit-экономики, формирования бюджета доходов и расходов, а также анализа структуры затрат и финансовых рисков.

Блок 3. Управление командой продактов

Теория 12 академ. ч. Практика 11 академ. ч.

В рамках блока ставятся следующие задачи:

- формирование понимания современных методологий управления продуктовой разработкой (Agile, гибридные и классические подходы) и принципов их выбора;
- развитие компетенций по формированию и управлению кросс-функциональной продуктовой командой, распределению ролей и зон ответственности;
- освоение инструментов операционного управления (постановка задач, KPI, PDP, 1-on-1, работа с Jira и др.);

– формирование навыков выстраивания процессов взаимодействия со смежными подразделениями и управления сложными продуктами, включая AI&BigData-направления.

Планируемые результаты обучения:

По завершении блока слушатели:

- понимают различия между гибкими, классическими и гибридными моделями управления и умеют применять их в зависимости от типа продукта и организационной среды;
- способны формировать продуктовую команду, определять роли, зоны ответственности и выстраивать систему регулярного управления;
- владеют инструментами управления эффективностью сотрудников (KPI, PDP, 1-on-1) и развития senior-уровня продактов;
- умеют организовывать процессы внутри продуктовой команды и выстраивать взаимодействие со смежными подразделениями;
- учитывают отраслевые особенности и специфику AI&BigData-продуктов при построении команды и управлении разработкой.

Блок состоит из следующих тем:

Тема 1: Методологии управления

Тема 2: Инструменты управления

Тема 3: Формирование команды

Тема 4: Управление командой

Тема 5: Процессы в продуктовой команде

Тема 6: Отраслевые отличия продуктовых команд и подходов

Тема 7: Менеджмент AI&BigData продуктов

Тема 8: Инструменты Senior product и CPO

Тема 9: Работа с PDP

Тема 10: Смежники

Форма контроля: текущий контроль

Текущий контроль осуществляется через выполнение тестовых и/или практических заданий, направленных на проверку понимания методологий управления продуктовой разработкой, навыков формирования и управления продуктовой командой, применения инструментов операционного менеджмента (KPI, PDP, 1-on-1, постановка задач), а также выстраивания процессов взаимодействия со смежными подразделениями и управления сложными продуктами.

Блок 4. Инструменты анализа и визуализации: Yandex DataLens

Теория 5 академ. ч. Практика 37 академ. ч.

В рамках блока ставятся следующие задачи:

- формирование понимания принципов работы BI-систем и роли аналитики в управлении продуктом;
- освоение навыков подключения к источникам данных, построения модели данных и настройки датасетов;
- развитие практических умений по созданию чартов, дашбордов и интерактивных аналитических отчетов;
- формирование компетенций по анализу пользовательского поведения, сегментации аудитории и выявлению продуктовых инсайтов;

– освоение инструментов расширенной аналитики, включая вычисляемые поля, параметры, продвинутое вычисление и геоаналитику.

Планируемые результаты обучения:

По завершении блока слушатели:

- понимают архитектуру BI-систем и принципы организации аналитической инфраструктуры продукта;
- умеют подключаться к источникам данных, настраивать датасеты и формировать модель данных для анализа;
- создают карты и интерактивные дашборды в Yandex DataLens с использованием фильтров, параметров и вычисляемых полей;
- проводят анализ пользовательских метрик (MAU, retention, конверсия и др.) и формулируют обоснованные продуктовые гипотезы;
- разрабатывают аналитические отчёты и презентуют результаты анализа для принятия управленческих решений.

Блок состоит из следующих тем:

Тема 1: Введение в Yandex DataLens

Тема 2: Подключение к источникам данных

Тема 3: Модель данных и создание проекта

Тема 4: Формирование чартов

Тема 5: Визуализация и настройка дашбордов

Тема 6: Управление доступами и безопасное хранение данных

Тема 7: Расширенные возможности Yandex DataLens

Тема 8: Итоговый проект «Анализируй и визуализируй»

Тема 9: Проект от компании «VK»: пользовательская аналитика

Форма контроля: текущий контроль, промежуточная аттестация

Текущий контроль осуществляется через выполнение тестовых и/или практических заданий, направленных на проверку навыков подключения источников данных, построения модели данных, создания чартов и интерактивных дашбордов в Yandex DataLens, а также анализа пользовательских метрик и формулирования продуктовых выводов на основе данных.

Промежуточная аттестация проводится по проекту от компании «VK»: пользовательская аналитика. Слушатели анализируют датасеты, рассчитывают и интерпретируют пользовательские метрики, выявляют инсайты, формулируют гипотезы и рекомендации, разрабатывают дашборд в Yandex DataLens и готовят презентацию результатов. Проект загружается в личный кабинет и проверяется педагогами. Оценка выставляется в формате «зачёт», «на доработку», «незачёт».

Блок 5. Бонус: Power BI и Tableau

Теория 16 академ. ч. Практика 32 академ. ч.

В рамках блока ставятся следующие задачи:

- формирование практических навыков работы с BI-инструментами Power BI и Tableau для анализа и визуализации данных;
- освоение процессов подготовки, трансформации и моделирования данных (Power Query, модели данных, DAX, табличные вычисления);

- развитие умений по созданию интерактивных отчетов и дашбордов с использованием параметров, уровней детализации и инструментов взаимодействия;
- формирование понимания архитектуры BI-инфраструктуры и интеграции с внешними источниками данных (ClickHouse, BigQuery, OWOX и др.);
- закрепление навыков на практическом проекте с применением полного цикла аналитической работы.

Планируемые результаты обучения:

По завершении блока слушатели:

- владеют инструментами Power BI и Tableau для построения моделей данных и создания аналитических отчетов;
- умеют выполнять преобразование данных, строить связи между таблицами и разрабатывать вычисляемые меры с использованием DAX и табличных выражений;
- создают интерактивные дашборды с применением фильтров, параметров, иерархий и механизмов взаимодействия между визуализациями;
- понимают принципы публикации отчетов и работы с облачными сервисами BI;
- способны интегрировать данные из различных источников и применять инструменты визуальной аналитики для решения бизнес-задач.

Блок состоит из следующих тем:

Тема 1: Введение в Power BI

Тема 2: Power Query: Получение и преобразование данных

Тема 3: Модель данных в Power BI

Тема 4: DAX (Data Analysis Expressions)

Тема 5: Работа с отчетами и визуализация данных

Тема 6: Power BI Service и создание дашборда

Тема 7: Power BI + Python

Тема 8: Итоговый проект: Uber & Lyft

Тема 9: Введение в Tableau. Знакомство с инфраструктурой Tableau

Тема 10: Модели данных и табличные вычисления в Tableau

Тема 11: Параметры и уровни детализации

Тема 12: Псевдонимы, сортировка, Actions

Тема 13: Разработка дашбордов. Настройка взаимодействия между визуализациями

Тема 14: Возможности передачи и сбора данных из систем аналитики — ClickHouse, OWOX и BigQuery

Форма контроля: текущий контроль

Текущий контроль осуществляется через выполнение тестовых и/или практических заданий, направленных на проверку навыков подготовки и трансформации данных, построения моделей данных, разработки вычисляемых мер (DAX и табличные выражения), создания интерактивных отчетов и дашбордов в Power BI и Tableau, а также интеграции данных из внешних источников для решения бизнес-задач.

Блок 6. Запуск новых направлений

Теория 11 академ. ч. Практика 42 академ. ч.

В рамках блока ставятся следующие задачи:

- формирование системного подхода к запуску продукта «с нуля» и выводу новых направлений на рынок;

- освоение методов проведения рыночных исследований, выбора целевого сегмента и определения beachhead-рынка;
- развитие навыков проектирования модели монетизации и формирования уникального торгового предложения (УТП);
- формирование компетенций по взаимодействию с маркетингом и продажами при выводе продукта на рынок;
- освоение инструментов масштабирования, выхода на международные рынки и применения подходов growth hacking.

Планируемые результаты обучения:

По завершении блока слушатели:

- умеют разрабатывать концепцию запуска нового продукта и формировать план его вывода на рынок;
- проводят комплексный анализ рынка, оценивают конкурентную среду и определяют приоритетные сегменты;
- проектируют модель монетизации и формулируют ценностное предложение для целевой аудитории;
- выстраивают стратегию взаимодействия с маркетингом и продажами на этапах запуска и масштабирования;
- применяют инструменты роста и масштабирования продукта, включая выбор зарубежных рынков и адаптацию стратегии к международной среде;
- разрабатывают аналитически обоснованные рекомендации по запуску нового направления на основе практического проекта.

Блок состоит из следующих тем:

Тема 1: Запуск продукта с 0

Тема 2: Исследования рынка

Тема 3: Монетизация

Тема 4: Формирование УТП

Тема 5: Совместная работа с командой Маркетинга и Sales

Тема 6: Beachhead Strategy и стратегии вывода продукта на рынок

Тема 7: Выход с продуктом на международные рынки

Тема 8: Growth Hacking

Тема 9: Проект от компании «Погнали!»: комплексный анализ рынка

Форма контроля: текущий контроль, промежуточная аттестация

Текущий контроль осуществляется через выполнение тестовых и/или практических заданий, направленных на проверку навыков проведения рыночного анализа, выбора целевого сегмента и beachhead-рынка, проектирования модели монетизации и УТП, разработки стратегии вывода продукта на рынок, а также применения инструментов масштабирования и growth hacking при запуске нового направления.

Промежуточная аттестация проводится по проекту от компании «Погнали!»: комплексный анализ рынка. Слушатели выполняют проект, включающий проведение рыночного исследования, анализ конкурентной среды и трендов, оценку целевых сегментов и потенциала рынка, а также разработку обоснованных рекомендаций по запуску и развитию нового направления. Итоговое решение загружается в личный кабинет на образовательной онлайн-платформе и проверяется педагогами. Оценка выставляется в формате «зачёт», «на доработку», «незачёт».

Блок 7. Мобильная и маркетинговая аналитика

Теория 30 академ. ч. Практика 29 академ. ч.

В рамках блока ставятся следующие задачи:

- формирование системного понимания маркетинговой, digital- и мобильной аналитики в управлении продуктом;
- освоение принципов построения performance-аналитики, воронок привлечения и оценки эффективности каналов;
- развитие навыков сегментации аудитории, CRM-аналитики и проведения маркетинговых исследований;
- формирование компетенций по настройке и использованию инструментов веб- и мобильной аналитики (Google Analytics, GA4, Yandex Metrica, GTM, AppMetrica и др.);
- освоение методик А/В-тестирования, анализа retention, атрибуции и оценки окупаемости маркетинговых активностей;
- закрепление навыков на практическом проекте по анализу маркетинговой кампании.

Планируемые результаты обучения:

По завершении блока слушатели:

- понимают принципы построения маркетинговой и мобильной аналитики и взаимосвязь продуктовых и рекламных метрик;
- умеют выстраивать систему аналитики для performance-маркетинга и корректно интерпретировать показатели эффективности;
- применяют инструменты сегментации, когортного анализа, атрибуции и оценки LTV, CAC, ROMI;
- настраивают базовые и расширенные параметры отслеживания в Google Analytics, GA4, Yandex Metrica и GTM;
- анализируют мобильные метрики (retention, события, воронки, сегменты) и проводят А/В-тесты;
- формируют аналитические выводы и рекомендации по оптимизации маркетинговых кампаний на основе данных практического проекта.

Блок состоит из следующих тем:

Тема 1: Введение в маркетинговую аналитику

Тема 2: Выстраивание аналитики в performance маркетинге

Тема 3: Основы CRM-аналитики. Сегментация клиентов

Тема 4: Введение в маркетинговые исследования

Тема 5: Введение в digital-аналитику: основные понятия и инструменты

Тема 6: Базовые настройки инструментов аналитики Google Analytics и Yandex Metrica

Тема 7: Основные отчеты Google Analytics. Метрики и параметры

Тема 8: Google Analytics 4: Важные особенности и возможности

Тема 9: Переход с Google Analytics на Google Analytics 4

Тема 10: Метрики и параметры. Основные отчеты Yandex Metrica

Тема 11: GTM особенности работы и основные возможности

Тема 12: Расширенные возможности GTM. Практические кейсы

Тема 13: Инструменты app-аналитики

Тема 14: Настройка мобильной аналитики и А/В тесты

Тема 15: Основные отчеты App Metrica

Тема 16: Проект от компании «ВкусВилл»: анализ маркетинговой акции

Форма контроля: текущий контроль, промежуточная аттестация

Текущий контроль осуществляется через выполнение тестовых и/или практических заданий, направленных на проверку навыков настройки инструментов веб- и мобильной аналитики, расчёта и интерпретации ключевых маркетинговых метрик (CAC, LTV, ROMI, retention и др.), анализа воронок и сегментов, проведения A/B-тестов, а также формулирования аналитических выводов и рекомендаций по оптимизации маркетинговых активностей.

Промежуточная аттестация проводится по проекту от компании «ВкусВилл»: анализ маркетинговой акции. Слушатели выполняют проект, включающий анализ данных маркетинговой кампании, оценку динамики ключевых показателей, сегментацию аудитории, расчет эффективности (конверсии, ROMI, влияние скидок и каналов привлечения), а также формирование обоснованных выводов и рекомендаций по оптимизации кампании. Итоговая работа загружается в личный кабинет на образовательной онлайн-платформе и проверяется педагогами. Оценка выставляется в формате «зачёт», «на доработку», «незачёт».

Блок 8. Аналитика для руководителей

Теория 21 академ. ч. Практика 64 академ. ч.

В рамках блока ставятся следующие задачи:

- формирование управленческого подхода к принятию решений на основе данных и ключевых бизнес-метрик;
- освоение инструментов Lean-подхода (Lean Canvas, HADI-циклы, MVP, A/B-тестирование) для системного развития продукта;
- развитие навыков декомпозиции стратегических целей в иерархию метрик и расчёта unit-экономики;
- формирование компетенций по анализу данных с использованием Google Sheets и SQL (извлечение, фильтрация, агрегирование, прогнозирование);
- развитие способности выстраивать сквозную аналитику и рассчитывать LTV, CAC, конверсию и другие управленческие показатели;
- закрепление навыков в рамках практического проекта по разработке Go-to-Market стратегии.

Планируемые результаты обучения:

По завершении блока слушатели:

- применяют Lean Canvas и HADI-циклы для структурирования продуктовых гипотез и управленческих решений;
- разрабатывают и проверяют гипотезы через MVP и A/B-тестирование, оценивая их влияние на ключевые показатели;
- строят систему бизнес-метрик, декомпозируют цели и рассчитывают unit-экономику продукта;
- анализируют данные с использованием сводных таблиц, формул, логических функций и SQL-запросов;
- интерпретируют показатели LTV, CAC, retention, ARPU и другие метрики для оценки устойчивости бизнеса;
- формируют обоснованную Go-to-Market стратегию на основе комплексного анализа рынка, метрик и экономических показателей.

Блок состоит из следующих тем:

- Тема 1: Управление продуктом на основе модели Lean Canvas
- Тема 2: HADI - циклы
- Тема 3: Работа с Customer Journey Map
- Тема 4: Основные типы бизнес-метрик и Lean Analytics
- Тема 5: Быстрая проверка гипотез
- Тема 6: Создание MVP
- Тема 7: Проверка гипотез с помощью A/B-тестов
- Тема 8: Сквозная аналитика или считаем LTV
- Тема 9: Сводные таблицы
- Тема 10: Визуализация данных в Google sheets
- Тема 11: Базовые вычислительные функции и формулы
- Тема 12: Логические функции и инструменты
- Тема 13: Прогнозирование в Google sheets
- Тема 14: Введение в блок SQL
- Тема 15: Извлечение и фильтрация данных (часть 1)
- Тема 16: Извлечение и фильтрация данных (часть 2)
- Тема 17: SQL в Google Sheets и Excel
- Тема 18: Декомпозиция метрик: иерархия метрик и пирамида метрик
- Тема 19: Unit-экономика
- Тема 20: Проект от компании hh.ru: Go-to-Market

Форма контроля: текущий контроль, промежуточная аттестация

Текущий контроль осуществляется через выполнение тестовых и/или практических заданий, направленных на проверку навыков применения Lean Canvas и HADI-циклов, формулирования и проверки гипотез через MVP и A/B-тестирование, декомпозиции целей в систему метрик и расчёта unit-экономики, анализа данных с использованием Google Sheets и SQL, а также интерпретации ключевых управленческих показателей (LTV, CAC, конверсия, retention и др.) для принятия обоснованных решений.

Промежуточная аттестация проводится по проекту от компании hh.ru: разработка Go-to-Market стратегии. Слушатели выполняют комплексный проект, включающий анализ рынка и целевых сегментов, расчёт ключевых бизнес- и unit-метрик, оценку каналов привлечения и бюджета, формирование ценностного предложения и разработку поэтапного плана вывода продукта на рынок. Итоговая работа загружается в личный кабинет на образовательной онлайн-платформе и проверяется педагогами. Оценка выставляется в формате «зачёт», «на доработку», «незачёт».

Блок 9. Публичные выступления и личная эффективность

Теория 9 академ. ч. Практика 49 академ. ч.

В рамках блока ставятся следующие задачи:

- формирование навыков структурирования и убедительной защиты продуктовых и управленческих решений;
- освоение технологий подготовки деловых презентаций, сторителлинга и визуального сопровождения выступлений;
- развитие компетенций публичного выступления, управления вниманием аудитории и работы с вопросами;
- формирование навыков саморегуляции, управления стрессом и повышения личной эффективности;
- закрепление умений презентовать результаты аналитических и финансовых проектов (в том числе P&L) перед стейкхолдерами.

Планируемые результаты обучения:

По завершении блока слушатели:

- умеют структурировать и логично представлять идеи с использованием методик деловой презентации (SCQA, пирамида Минто и др.);
- разрабатывают качественные слайды и сопровождают их убедительным устным выступлением;
- применяют техники сторителлинга и аргументации при защите проектов;
- управляют волнением и стрессом во время публичных выступлений;
- демонстрируют навыки презентации финансовых и продуктовых решений на примере практического проекта;
- повышают личную эффективность за счёт применения инструментов планирования, приоритизации и управления ресурсами.

Блок состоит из следующих тем:

Тема 1: Защита и презентация своих идей

Тема 2: Подготовка спикера: с чего начать?

Тема 3: Подготовка качественных слайдов

Тема 4: Деловое выступление

Тема 5: Storytelling: интересное и запоминающееся выступление

Тема 6: Как побороть страх перед сценой

Тема 7: Шаг к балансу

Тема 8: Трудоголизм, выгорание и личная эффективность

Тема 9: Изменение поведения и мышления

Тема 10: Проект от Группы компаний «Просвещение»: оптимизация финансовой модели (P&L)

Форма контроля: текущий контроль, промежуточная аттестация

Текущий контроль осуществляется через выполнение практических заданий и тестов, направленных на отработку навыков подготовки и проведения публичных выступлений, разработки презентаций, применения техник сторителлинга и аргументации, а также инструментов личной эффективности и саморегуляции.

Промежуточная аттестация проводится в формате выполнения проекта от Группы компаний «Просвещение», посвящённого оптимизации финансовой модели (P&L). Слушатели выполняют проект, который включает: анализ структуры доходов и расходов, расчёт ключевых финансовых показателей (P&L, маржинальность, точка безубыточности, unit-экономика, ROI), проведение сценарного анализа, выявление факторов, влияющих на прибыльность, а также разработку обоснованных рекомендаций по повышению финансовой эффективности продукта или направления. Решение оформляется в виде расчётной модели и презентации с выводами, загружается в личный кабинет и проверяется педагогами. Оценка выставляется в формате: «зачёт», «на доработку», «незачёт».

Блок 10. Лидерство и развитие команды

Теория 13 академ. ч. Практика 63 академ. ч.

В рамках блока ставятся следующие задачи:

- формирование управленческих компетенций руководителя продуктовой команды и навыков регулярного менеджмента;
- развитие лидерских качеств, эмоционального интеллекта и коммуникативных навыков;

- освоение инструментов обратной связи, управления конфликтами и командной динамикой;
- формирование системного мышления и навыков стратегического управления рисками;
- развитие компетенций по фасилитации, co-creation и применению дизайн-мышления в работе с командой;
- закрепление управленческих навыков в рамках практического проекта по разработке стратегии вывода нового продукта на рынок.

Планируемые результаты обучения:

По завершении блока слушатели:

- выстраивают систему регулярного менеджмента и распределения ответственности в продуктовой команде;
- применяют инструменты дизайн-мышления для генерации и проверки решений совместно с командой;
- используют модели лидерства и методы обратной связи (в том числе SBI) для развития сотрудников;
- эффективно управляют конфликтами и формируют конструктивную коммуникацию в коллективе;
- идентифицируют и оценивают риски проекта, разрабатывают стратегии реагирования;
- демонстрируют системное и стратегическое мышление при разработке стратегии вывода продукта на рынок в рамках итогового проекта.

Блок состоит из следующих тем:

Тема 1: Регулярный менеджмент для продуктовых команд

Тема 2: Дизайн-мышление

Тема 3: Soft skills для руководителя

Тема 4: Лидерство для руководителя

Тема 5: Обратная связь для команды

Тема 6: Управление конфликтами

Тема 7: Управление рисками

Тема 8: Системность мышления

Тема 9: EQ и коммуникабельность

Тема 10: Проект от Группы компаний «Просвещение»: стратегия вывода нового продукта на рынок

Форма контроля: текущий контроль, промежуточная аттестация

Текущий контроль осуществляется в формате выполнения практических заданий и тестирования, направленных на отработку навыков регулярного менеджмента, применения дизайн-мышления, предоставления обратной связи, управления конфликтами и рисками, а также развития лидерских и коммуникативных компетенций.

Промежуточная аттестация проводится по проекту от Группы компаний «Просвещение», посвящённому разработке стратегии вывода нового продукта на рынок. Слушатели выполняют проект, который включает: анализ рынка и конкурентной среды, формирование ценностного предложения, приоритизацию продуктовых инициатив, разработку модели монетизации, оценку рисков и подготовку комплексной Go-to-Market стратегии. Итогом является презентация стратегии с обоснованием ключевых управленческих решений. Решение загружается в личный кабинет на образовательной онлайн-платформе и проверяется педагогами. Оценка выставляется в формате: «зачёт», «на доработку», «незачёт».

Блок 11. Дипломная работа

Теория 4 академ. ч. Практика 11 академ. ч.

В рамках блока ставятся следующие задачи:

- структурирование и доработка индивидуального дипломного проекта как итоговой комплексной работы по программе;
- интеграция знаний по стратегии, аналитике, финансовому моделированию, управлению командой и go-to-market в единую продуктовую модель;
- формирование обоснованной продуктовой стратегии с расчетом ключевых метрик и unit-экономики;
- подготовка публичной защиты проекта и формирование портфолио-кейса;
- развитие карьерного трека до уровня Head of Product / CPO: понимание зон ответственности, требований к компетенциям и особенностей роли;
- анализ специфики работы CPO в стартапах, корпорациях и продуктовых компаниях.

Планируемые результаты обучения:

По завершении блока слушатели:

- разрабатывают и презентуют дипломный проект, включающий стратегию продукта, систему метрик, финансовую модель и план развития;
- аргументированно защищают принятые продуктовые решения на основе данных и бизнес-логики;
- демонстрируют понимание роли CPO, зон ответственности и ключевых управленческих процессов;
- формируют индивидуальный план профессионального роста до уровня директора по продуктам;
- адаптируют продуктовую стратегию под разные типы компаний (стартап, scale-up, корпорация).

Блок состоит из следующих тем:

Тема 1: Работа над дипломным проектом для портфолио

Тема 2: Как расти в директора по продуктам

Тема 3: Особенности работы CPO в разных компаниях

Финальное задание является формой итоговой аттестации и направлено на комплексную проверку освоения всех ключевых тем программы. Обучающийся подготавливает дипломную работу в виде презентации по утверждённому шаблону, разрабатывает подтверждающие артефакты, а также готовит видеозащиту проекта (3–5 минут). Презентация и ссылка на видеозапись загружаются в личный кабинет на образовательной онлайн-платформе.

Оценивается:

1. Значимость проекта для бизнеса и актуальность решаемой задачи.
2. Комплексность проработки: стратегия, метрики, unit-экономика, финансовая модель, план реализации.
3. Корректность анализа данных и обоснованность выводов.
4. Логика и аргументация принятых продуктовых решений.
5. Реалистичность и применимость предложенных рекомендаций.

6. Качество оформления презентации и уровень публичной защиты.

Решение направляется на проверку через личный кабинет. Оценивание осуществляется по системе:

- Зачёт — все критерии выполнены, приложение работает стабильно, структура проекта оформлена корректно.
- Доработка — задание содержит несущественные ошибки или неточности, возможно повторное представление после исправлений.
- Незачёт — критические нарушения, задание не демонстрирует достаточный уровень освоения программы. После двух попыток доработки педагог вправе выставить итоговую оценку «незачёт».

В случае успешной сдачи итоговой аттестации обучающийся получает диплом о профессиональной переподготовке установленного образца.

5. МЕТОДИЧЕСКИЕ И ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ

Программа обеспечена образовательной онлайн-платформе:
<https://platform.productstar.ru/login>.

Педагогические технологии:

- технология дифференцированного обучения;
- технология разноуровневого обучения;
- технология развивающего обучения;
- технология проблемного обучения;
- технология дистанционного обучения.

Методы обучения:

- словесный, наглядный практический;
- объяснительно – иллюстративный;
- частично-поисковый, исследовательский проблемный;
- игровой, дискуссионный.

Основная литература:

1. Руководство к своду знаний по управлению проектами (Руководство PMBOK +Agile). Комплект из 2-х книг. Издательство Олимп-Бизнес, 2019 г, 974 с
2. Стив Макконнелл. Еще более эффективный Agile. Издательство Питер, 2021 г, 256 с.
3. Аппело Юрген. Agile-менеджмент. Лидерство и управление командами. Издательство Миф IT, 2019 г, 534 с

Дополнительная литература:

1. Том Демарко. Deadline. Роман об управлении проектами. Издательство Манн, Иванов и Фербер, 2021 г., 336 с
2. Фрайд, Хенссон. Rework. Бизнес без предрассудков. Издательство Манн, Иванов и Фербер, 2020 г, 209 с

3. Нир Эяль. На крючке. Как создавать продукты, формирующие привычки. Издательство: Манн, Иванов и Фербер, 2021 г, 224 с
4. Ицхак Калдерон Адезис. Управление жизненным циклом корпорации. Издательство Манн, Иванов и Фербер, 2019 г., 512 с
5. Майкл Гудвин. Экономикс. Как работает экономика (и почему не работает) в словах и картинках. Издательство: Манн, Иванов и Фербер, 2021 г, 296 с
6. Ласло Бок: Работа рулит! Почему большинство людей в мире хотят работать именно в Google. Издательство Манн, Иванов и Фербер, 2015 г., 384 с
7. Джон Максвелл. 17 неопровержимых законов работы в команде. Издательство Христорфор, 2006 г, 320 с.
8. Голдратт Элияху М., Кокс Джеф. Цель. Процесс непрерывного улучшения. Издательство Попурри, 2020 г, 400 с
9. Эндрю Стеллман и Дженнифер Грин. Постигая Agile. Ценности, принципы, методологии. Издательство Миф IT, 2017 г, 448 с
10. Кови Стивен Р. 7 навыков высокоэффективных людей. Мощные инструменты развития личности. Издательство Альпина Паблицер, 2019 г, 398 с.
11. Масао Китами. Самурай без меча. Издательство Попурри, 2021 г, 209 с.
12. Бальдони Джон. Золотая книга лидера. 101 способ и техники управления в любой ситуации. Издательство Эксмо, 2015 г, 224 с.
13. Фредерик Брукс: Мифический человеко-месяц или как создаются программные системы. Издательство Питер, 2021 г, 368 с.
14. ДеМарко Том, Листер Тимоти. Человеческий фактор. Успешные проекты и команды. Издательство Символ-плюс, 2011 г, 256 с.
15. Сазерленд, Швабер. Софт за 30 дней. Как Scrum делает невозможное возможным. Издательство Манн, Иванов и Фербер, 2017 г, 256 с.
16. И.Манн, Р. Шагабутдинов. Бизнесхак на каждый день. Экономьте время, деньги и силы. Издательство Манн, Иванов и Фербер, 2018 г, 304 с.
17. Круз Кевин. 15 секретов управления временем. Как успешные люди успевают всё. Издательство Манн, Иванов и Фербер, 2020 г, 262 с.
18. Патрик Ленсиони. Пять пороков команды. Издательство Манн, Иванов и Фербер, 2013 г, 192 с.
19. Питер Друкер. Эффективный руководитель. Издательство Манн, Иванов и Фербер, 2021 г, 240 с.
20. Джеф Сمارт, Рэнди Стрит. Кто. Решите вашу проблему номер 1. Издательство Манн, Иванов и Фербер, 2017 г, 192 с.

21. Ицхак Калдерон Адезис. Идеальный руководитель. Почему им нельзя стать и что из этого следует. Издательство Альпина Паблишер, 2021 г, 11-е издание, 264 с.

Электронно-библиотечные ресурсы и системы, информационно-справочные системы:

1. Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU.
2. Собственные учебные материалы, размещённые в личном кабинете обучающегося.

Оценочные материалы:

Для отслеживания результатов освоения программы среди слушателей проводится текущий контроль, промежуточный контроль и итоговое оценивание.

Текущий контроль

Осуществление текущего контроля проводится после занятий в виде написания практических заданий или тестирований. Тематика и условия выполнения практических заданий расписаны в личном кабинете обучающегося на образовательной онлайн-платформе. Педагог проверяет решение и принимает решение о принятии решения (зачет), о необходимости доработать решение или о незачете. Если текущий контроль представлен в виде тестирования, подсчет верных ответов и выставление оценки «зачёт» и «незачёт» происходят в автоматическом режиме.

Примеры практических заданий

1. Разработка аналитического дашборда продукта

Слушателю необходимо развернуть демонстрационный датасет в BI-среде (Yandex DataLens), воспроизвести структуру аналитического дашборда по заданному образцу, а также разработать собственную версию дашборда для оценки ключевых метрик продукта. В рамках задания требуется настроить визуализации, селекторы, связи между графиками и обеспечить интерактивность отчёта. Результатом выполнения является опубликованный интерактивный дашборд с настроенной системой фильтрации и аналитических показателей.

2. Расчёт и моделирование unit-экономики продукта

Слушателю предлагается на основе исходных данных рассчитать ключевые показатели unit-экономики цифрового продукта (конверсия, ARPU, ARPPU, CPA, маржинальность, средний чек), а также провести факторный анализ влияния метрик на финансовый результат. Дополнительно необходимо смоделировать изменение отдельных показателей (плечи метрик) для достижения заданного целевого результата по выручке или конверсии. Результатом выполнения является аналитический расчёт с выводами и обоснованием управленческих решений.

3. Организация продуктовой коммуникации и управление командой

Слушателю необходимо разработать план сбора и предоставления обратной связи для различных типов продуктовых команд с определением источников информации, регулярности коммуникаций и инструментов взаимодействия. Дополнительно требуется проанализировать управленческую ситуацию (кейс) и подготовить сценарий проведения встречи один на один с использованием модели структурированной обратной связи (SBI).

Результатом выполнения является оформленный план коммуникации и письменное решение кейса с предложением управленческих действий.

Примеры тестовых вопросов

1. Какой показатель в первую очередь отражает экономическую устойчивость цифрового продукта?

- а. Количество установок приложения
- б. Соотношение LTV и САС
- в. Количество просмотров лендинга

Правильный ответ: б.

Соотношение LTV и САС показывает, окупаются ли затраты на привлечение пользователя и обеспечивает ли продукт долгосрочную прибыльность.

2. Что является ключевой целью этапа Discovery в управлении продуктом?

- а. Разработка финального технического задания для команды разработки
- б. Проверка гипотез о ценности продукта для пользователя
- в. Подготовка маркетинговых материалов для запуска

Правильный ответ: б.

Этап Discovery направлен на снижение продуктовых рисков через проверку гипотез о проблемах пользователя и ценностном предложении.

3. Какой инструмент наиболее эффективно помогает приоритизировать продуктовые инициативы?

- а. Матрица RICE
- б. График отпусков команды
- в. Таблица учета рабочего времени

Правильный ответ: а.

Метод RICE позволяет оценивать инициативы по охвату, влиянию, уверенности и трудозатратам, что помогает обоснованно принимать решения о приоритетах.

Промежуточный контроль

Промежуточный контроль проводится после изучения следующих блоков: 4, 6, 7, 8, 9, 10. Тематика и условия выполнения работ в рамках промежуточного контроля расписаны в личном кабинете обучающегося на образовательной онлайн-платформе. Педагог проверяет решение и принимает решение о принятии решения (зачет), о необходимости доработать решение или о незачете. Если промежуточный контроль представлен в виде тестирования, подсчет верных ответов и выставление оценки «зачёт» и «незачёт» происходят в автоматическом режиме на образовательной онлайн-платформе.

Итоговое оценивание

В конце программы обучающиеся сдают итоговую аттестацию. Для успешного прохождения итогового контроля слушатель должен выполнить критерии, указанные в разделе 4.

Результаты текущего контроля, промежуточной аттестации и итогового оценивания отображаются в личном кабинете слушателя на образовательной онлайн-платформе: <https://platform.productstar.ru/login>.

По результатам сдачи текущего контроля, промежуточного контроля и итогового оценивания педагог даёт обратную связь слушателям, отмечает их сильные стороны и обращает внимание на зоны для развития. При необходимости педагог может повторить пройденные темы со слушателями, если установлен факт плохого закрепления и усвоения темы у слушателей.