

ПРИКАЗ № Product/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 «Профессия: Продакт-менеджер» общей трудоемкостью 479,3 академ. ч.
2. Контроль исполнения приказа оставляю за собой.



/ Зинин Е.Ю.

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



**ДОПОЛНИТЕЛЬНАЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ ПРОГРАММА
– ПРОГРАММА ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ПЕРЕПОДГОТОВКИ
«ПРОФЕССИЯ: ПРОДАКТ-МЕНЕДЖЕР»**

Срок реализации: 10 месяцев
Количество часов: 479,3 акад. ч.
Форма обучения: очно-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: Гафарова Л.Г.

г. Санкт-Петербург
2025

1. ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

Настоящая дополнительная профессиональная программа – программа профессиональной переподготовки «Профессия: Продакт-менеджер» (далее – Программа) разработана в соответствии с:

- Федеральным законом от 29 декабря 2012 г. № 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации»;
- Приказом Министерства образования и науки РФ от 1 июля 2013 г. № 499 «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 06.012 «Менеджер продуктов в области информационных технологий», утвержден приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 16.09.2021 г. № 636н;
- ФГОС высшего образования - бакалавриат по направлению 38.03.02 Менеджмент, утв. приказом Минобрнауки России от 12.08.2020 г. № 970.

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:

Развитие цифровой экономики и активное внедрение информационных технологий создают высокий спрос на квалифицированных специалистов в области управления продуктами. Компании стремятся формировать конкурентоспособные команды, способные разрабатывать и развивать цифровые продукты, отвечающие потребностям пользователей и требованиям рынка. Роль продакт-менеджера становится ключевой, так как именно он объединяет бизнес-цели, работу разработчиков, дизайнеров, маркетологов и аналитиков в единую стратегию развития продукта. На рынке наблюдается дефицит специалистов, обладающих комплексными знаниями в области продуктовой аналитики, управления жизненным циклом продукта, цифрового маркетинга и современных методологий разработки. Программа профессиональной переподготовки «Профессия: Продакт-менеджер» направлена на формирование таких компетенций и позволяет слушателям получить актуальные знания, применимые в реальных проектах. Использование дистанционного формата обеспечивает доступность обучения и гибкость освоения материала для слушателей из любых регионов. Таким образом, программа отвечает

запросам рынка труда и способствует профессиональному росту специалистов в сфере управления цифровыми продуктами.

Отличительные особенности программы:

Программа профессиональной переподготовки «Профессия: Продакт-менеджер» сочетает теоретическую подготовку и практические задания, основанные на реальных кейсах из индустрии. Обучение строится на применении современных методологий управления продуктами, включая Agile, Scrum, Lean и Data-driven подход. Особое внимание уделяется развитию аналитического мышления, навыков работы с метриками и принятию решений на основе данных. Дистанционный формат и доступ к образовательной онлайн-платформе позволяют слушателям проходить обучение в удобном темпе и возвращаться к материалам в течение трёх лет. Программа ориентирована на практическое применение полученных знаний, что повышает её ценность для профессионального роста и развития карьеры.

Объем и срок освоения программы: 479,3 академ. ч. в течение 10 месяцев.

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 «Профессия:Продакт-менеджер» – сформировать у слушателей комплексные знания и практические навыки по управлению цифровыми продуктами на всех этапах их жизненного цикла.

Программа направлена на решение следующих основных задач:

Обучающие:

- Дать слушателям системные знания о принципах управления цифровыми продуктами и их жизненным циклом.
- Освоить современные методологии и инструменты управления продуктом (Agile, Scrum, Lean, Data-driven).
- Научить анализировать рынок, определять целевую аудиторию и разрабатывать продуктовые стратегии.
- Сформировать умения разрабатывать и управлять дорожной картой продукта, учитывая бизнес-цели и пользовательские потребности.

Развивающие:

- Развить аналитическое мышление и умение принимать решения на основе данных и метрик продукта.
- Сформировать навыки стратегического планирования и приоритизации задач.
- Развить способность эффективно взаимодействовать с кросс-функциональными командами и заинтересованными сторонами.
- Повысить уровень самостоятельности и ответственности при принятии продуктовых решений.

Воспитательные:

- Формировать профессиональную этику и ответственность за результаты работы над продуктом.
- Воспитывать ориентацию на достижение бизнес-результатов при сохранении фокуса на интересах пользователя.
- Развивать навыки командного взаимодействия и культуры совместной работы.
- Способствовать формированию установки на постоянное профессиональное развитие и самообучение.

Планируемые результаты:

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

Знания:

- Основные принципы управления цифровыми продуктами и их жизненным циклом.
- Современные методологии разработки и управления продуктами (Agile, Scrum, Lean, Kanban).
- Методы анализа рынка, конкурентной среды и пользовательских потребностей.
- Основы продуктовой аналитики и ключевые метрики оценки эффективности продукта.
- Инструменты планирования, приоритизации задач и формирования продуктовой стратегии.

Умения:

- Определять целевую аудиторию и разрабатывать ценностные предложения продукта.
- Формировать и управлять дорожной картой продукта с учётом бизнес-целей и пользовательских запросов.
- Анализировать данные и принимать решения на основе метрик продукта.
- Организовывать взаимодействие между кросс-функциональными командами и заинтересованными сторонами.
- Подготавливать презентации, отчёты и обосновывать продуктовые решения перед руководством и командой.

Навыки:

- Применение инструментов продуктовой аналитики и визуализации данных.
- Настройка и использование систем управления задачами и проектами (Jira, Trello, Asana и др.).
- Разработка гипотез и проведение тестирования для оценки их эффективности.
- Использование принципов data-driven подхода при принятии продуктовых решений.
- Эффективная организация рабочего процесса и управление временем в условиях многозадачности.

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	А/01.4	4
			Разработка требований к ИТ-продукту	А/02.4	4
			Сопровождение дизайна, разработки и выпуска обновлений ИТ-продукта	А/03.4	4
			Сопровождение разработки планов развития и продвижения ИТ-продукта	А/04.4	4
			Поддержка продаж ИТ-продукта	А/05.4	4
В	Управление ИТ-продуктом	5	Управление продуктовыми исследованиями	В/01.5	5
			Определение ИТ-продукта, управление дизайном и требованиями к ИТ-продукту	В/02.5	5
			Создание плана развития ИТ-продукта и	В/03.5	5

			управление его реализацией		
			Заказ разработки ИТ-продукта, контроль ее хода и приемка ИТ-продукта	В/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:

- Компетенция в области продуктовых исследований — проведение анализа рынка и пользовательских потребностей, сбор и интерпретация количественных и качественных данных, формирование портрета целевой аудитории.
- Компетенция в области формирования требований к продукту — разработка и приоритизация функциональных и нефункциональных требований, создание сценариев использования и прототипов интерфейсов.

- Компетенция в области сопровождения разработки продукта — координация работы кросс-функциональной команды, контроль соответствия продукта установленным требованиям и обеспечение качества реализации.
- Компетенция в области планирования и продвижения продукта — анализ конкурентов и рыночных тенденций, разработка стратегии развития продукта, подготовка материалов для продвижения.
- Компетенция в области бизнес-моделирования продукта — формирование и обоснование бизнес-модели, оценка экономической эффективности продукта и управление изменениями.
- Компетенция в области презентации и защиты продукта — представление результатов разработки, защита концепции и обоснование продуктовых решений перед руководством и заинтересованными сторонами.
- Компетенция в области проведения экспериментов — формулирование гипотез, планирование и реализация тестов, анализ результатов и внедрение улучшений продукта.

Организационно-педагогические условия реализации программы дополнительного профессионального образования:

Язык реализации образовательной программы: обучение проводится на русском языке.

Форма обучения: очно-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	
1.	Базовые навыки и продуктовый подход	6	4,6	1,4	Не предусмотрено
2.	Работа с пользователями и CustDev	67,4	16,2	51,2	Текущий контроль, промежуточная аттестация
3.	Прототипирование. Работа с Figma	45,3	11	34,3	Текущий контроль, промежуточная аттестация
4.	Упаковка продукта и сопровождение продаж	43	8,8	34,2	Текущий контроль, промежуточная аттестация
5.	Работа с руководителем и защита своих идей	37,4	8,8	28,6	Текущий контроль, промежуточная аттестация
6.	Планирование и запуск новых продуктов	49,3	12,5	36,8	Текущий контроль, промежуточная аттестация
7.	Hard skills: A/B- тестирование и Unit- экономика	42,1	11,6	30,5	Промежуточная аттестация
8.	Data-Driven и аналитический подход	55,3	9,9	45,4	Текущий контроль, промежуточная аттестация
9.	Менеджмент и инструменты продакт менеджера	42,2	10,6	31,6	Текущий контроль, промежуточная аттестация
10.	Soft skills и работа с командой	37	10	27	Промежуточная аттестация
11.	Дипломная работа	54,3	1	53,3	Итоговая аттестация
	Итого:	479,3	105	374,3	

3. КАЛЕНДАРНЫЙ УЧЕБНЫЙ ГРАФИК

№ п/п	Наименование блока	1 месяц	2 месяц	3 месяц	4 месяц	5 месяц	6 месяц	7 месяц	8 месяц	9 месяц	10 месяц
1.	Базовые навыки и продуктовый подход	X									
2.	Работа с пользователями и CustDev	X									
3.	Прототипирование. Работа с Figma		X								
4.	Упаковка продукта и сопровождение продаж			X							
5.	Работа с руководителем и защита своих идей				X						
6.	Планирование и запуск новых продуктов					X					
7.	Hard skills: A/B-тестирование и Unit-экономика						X				
8.	Data-Driven и аналитический подход							X			
9.	Менеджмент и инструменты продакт менеджера								X		
10	Soft skills и работа с командой									X	
11	Дипломная работа										X

4. РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

Блок 1. Базовые навыки и продуктовый подход

Теория 4,6 академ. ч. Практика 1,4 академ. ч.

В рамках блока ставятся следующие задачи:

- Ознакомить слушателей с ролью и зоной ответственности продакт-менеджер.
- Сформировать понимание ключевых процессов в продуктовой команде и принципов взаимодействия с кросс-функциональными специалистами.
- Изучить сущность продуктового подхода и его основные составляющие.
- Разобрать базовые методологии управления продуктами, включая Waterfall и Agile.

Планируемые результаты обучения:

По завершении блока слушатели:

- Понимают роль продакт-менеджер и его функции на всех этапах жизненного цикла продукта.
- Знают основные подходы к управлению продуктами, принципы построения процессов и взаимодействия команд.
- Умеют описывать процесс создания продукта с применением методологий Waterfall и Agile.
- Могут применять продуктовый подход при работе с идеями и формировать гипотезы для развития продукта.

Блок состоит из следующих тем:

Тема 1: Кто такой продакт?

Тема 2: Процессы в продуктовой команде

Тема 3: Продуктовый подход

Форма контроля: не предусмотрено

Блок 2. Работа с пользователями и CustDev

Теория 16,2 академ. ч. Практика 51,2 академ. ч.

В рамках блока ставятся следующие задачи:

- Ознакомить слушателей с методиками анализа целевой аудитории и конкурентной среды.
- Научить проводить маркетинговые и пользовательские исследования, формировать Customer Journey Map и определять продуктовые метрики.
- Освоить подход Customer Development (CustDev): разработку гипотез, проведение интервью, тестирование гипотез и формирование инсайтов.
- Сформировать практические навыки работы с инструментами Jobs To Be Done, Impact Mapping, User Story Mapping и прототипирования.
- Дать опыт разработки MVP и применения методик быстрого тестирования продуктовых гипотез.

Планируемые результаты обучения:

По завершении блока слушатели:

- Знают основы анализа целевой аудитории и конкурентов, методики маркетинговых исследований и принципы CustDev.
- Умеют разрабатывать и проверять гипотезы продукта, проводить интервью с пользователями и тестировать идеи.
- Владеют методиками Customer Journey Map, Jobs To Be Done, Impact Mapping и User Story Mapping.
- Умеют проектировать MVP, определять продуктовые метрики и оценивать успешность решений.
- Способны разрабатывать и защищать продуктовые концепции на основе данных исследований и пользовательских инсайтов.

Блок состоит из следующих тем:

Тема 1: Анализ целевой аудитории и конкурентов

Тема 2: Введение в маркетинговые исследования

Тема 3: CustDev: исследования

Тема 4: CustDev: практика исследований

Тема 5: CustDev: реализация

Тема 6: Инструменты Impact Mapping и User Story Mapping

Тема 7: Use Case подход

Тема 8: Инструменты Jobs To Be Done

Тема 9: Работа с Customer Journey Map

Тема 10: Быстрая проверка гипотез

Тема 11: Создание MVP

Тема 12: Мокапы, UI и CustDev

Тема 13: Проект от компании «Погнали!»: работа с пользователями

Форма контроля: текущий контроль, промежуточная аттестация

Текущий контроль осуществляется через выполнение практических заданий, направленных на анализ аудитории, проведение интервью, построение CJM и разработку MVP. Содержание и критерии практических заданий указываются в личном кабинете на образовательной онлайн-платформе. Работы загружаются в личный кабинет и проверяются педагогами.

Оценивание осуществляется по системе:

- Зачёт — работа выполнена полностью, все основные критерии соблюдены, решение корректно и соответствует заданию.
- На доработку — работа выполнена частично, содержит ошибки или недочёты; допускается повторная сдача после корректировок.
- Незачёт — задание выполнено с критическими ошибками, не соответствует требованиям или не демонстрирует освоение материала. После двух попыток доработки педагог вправе выставить итоговую оценку «незачёт».

Промежуточная аттестация проводится по итоговому проекту от компании «Погнали!», посвящённому работе с пользователями. Слушатели выполняют проект, который включает: подготовку и проведение интервью с пользователями, составление списка гипотез и количественную обработку ответов, подготовку краткой информации о респондентах (имя, возраст, причины выбора), анализ собранных данных и формирование инсайтов, построение Customer Journey Map с выделением точек улучшения сервиса, разработку рекомендаций по улучшению продукта или сервиса. Решение загружается в личный

кабинет, проверяется педагогами. Оценка выставляется в том же формате: «зачёт», «на доработку», «незачёт».

Блок 3. Прототипирование. Работа с Figma

Теория 11 академ. ч. Практика 34,3 академ. ч.

В рамках блока ставятся следующие задачи:

- Ознакомить слушателей с функционалом и возможностями Figma для проектирования интерфейсов.
- Научить создавать интерактивные прототипы, макеты и пользовательские сценарии с применением современных инструментов.
- Сформировать навыки работы с компонентами, библиотеками, анимацией и вариантами интерфейсов в Figma.
- Освоить принципы командной работы в Figma, включая использование плагинов и передачу готового дизайна разработчикам.
- Развить умение проектировать интерфейсы мобильных приложений и веб-продуктов с учетом пользовательского опыта.

Планируемые результаты обучения:

По завершении блока слушатели:

- Знают принципы работы с инструментами Figma, правила проектирования интерфейсов и настройки совместной работы.
- Умеют создавать макеты, проектировать пользовательские сценарии, работать с анимациями и интерактивными прототипами.
- Владеют инструментами Figma для работы с компонентами, библиотеками, вариантами и плагинами.
- Способны организовывать командную работу над проектами, управлять версиями макетов и интегрировать их с другими инструментами.
- Могут разрабатывать прототипы мобильных приложений и веб-интерфейсов, готовые к передаче в разработку.

Блок состоит из следующих тем:

Тема 1: Знакомство с Figma

Тема 2: Работа с фигурами и инструментами

Тема 3: Создание дизайна интерфейса в Figma

Тема 4: Констрейнты, компоненты и auto layout

Тема 5: Варианты и библиотеки

Тема 6: Прототипирование и анимация

Тема 7: Figma Community и FigmaJam

Тема 8: Совместная работа и передача дизайна

Тема 9: Проект от компании «Погнали!»: прототипирование продуктового решения

Форма контроля: текущий контроль, промежуточная аттестация

Текущий контроль осуществляется через выполнение практических заданий, связанных с созданием прототипов, разработкой пользовательских сценариев и проектированием интерфейсов. Содержание и критерии практических заданий указываются в личном кабинете на образовательной онлайн-платформе. Работы загружаются в личный кабинет и проверяются педагогами.

Оценивание осуществляется по системе:

- Зачёт — работа выполнена полностью, все основные критерии соблюдены, решение корректно и соответствует заданию.
- На доработку — работа выполнена частично, содержит ошибки или недочёты; допускается повторная сдача после корректировок.
- Незачёт — задание выполнено с критическими ошибками, не соответствует требованиям или не демонстрирует освоение материала. После двух попыток доработки педагог вправе выставить итоговую оценку «незачёт».

Промежуточная аттестация проводится по итоговому проекту от компании «Погнали!», посвящённому прототипированию продуктового решения. Слушатели выполняют проект, который включает разработку макета и прототипа интерфейса с использованием Figma, создание пользовательского сценария и продумывание логики работы интерфейса, настройку анимаций, интерактивных переходов и взаимодействий, подготовку файла для передачи дизайна разработчикам. Решение загружается в личный кабинет, проверяется педагогами. Оценка выставляется в том же формате: «зачёт», «на доработку», «незачёт».

Блок 4. Упаковка продукта и сопровождение продаж

Теория 8,8 академ. ч. Практика 34,2 академ. ч.

В рамках блока ставятся следующие задачи:

- Ознакомить слушателей с принципами позиционирования продукта и разработки уникального торгового предложения (УТП).
- Научить формировать маркетинговые стратегии, подбирать каналы продвижения и разрабатывать контент-планы.
- Сформировать навыки работы с маркетинговой аналитикой и инструментами оценки эффективности продвижения.
- Освоить современные методы создания посадочных страниц и упаковки продукта, включая работу с Tilda.
- Дать практический опыт применения инструментов контент-маркетинга и сквозной аналитики для сопровождения продаж.

Планируемые результаты обучения:

По завершении блока слушатели:

- Знают основы позиционирования продукта, разработки УТП и построения маркетинговой стратегии.
- Умеют подбирать эффективные каналы продвижения, составлять маркетинговые планы и создавать контент-планы.
- Владеют инструментами аналитики и навыками оптимизации посадочных страниц для повышения конверсии.
- Способны создавать лендинги на платформе Tilda, интегрировать их с аналитическими сервисами и системами оплаты.
- Могут разрабатывать решения по упаковке продукта и сопровождению продаж, обосновывать их на основе данных и пользовательских инсайтов.

Блок состоит из следующих тем:

Тема 1: Позиционирование продукта, проработка УТП

Тема 2: Стратегия и каналы маркетинга

Тема 3: Введение в маркетинговую аналитику
Тема 4: Основы контент-маркетинга
Тема 5: Создание посадочных страниц
Тема 6: Мастер-класс по созданию лендингов с помощью сервиса Tilda
Тема 7: Сквозная аналитика с использованием Яндекс Метрики
Тема 8: Проект от компании «Этажи»: создание лендинга

Форма контроля: текущий контроль, промежуточная аттестация

Текущий контроль осуществляется через выполнение практических заданий по позиционированию продукта, настройке аналитики, разработке контент-плана и созданию лендингов. Содержание и критерии практических заданий указываются в личном кабинете на образовательной онлайн-платформе. Работы загружаются в личный кабинет и проверяются педагогами.

Оценивание осуществляется по системе:

- Зачёт — работа выполнена полностью, все основные критерии соблюдены, решение корректно и соответствует заданию.
- На доработку — работа выполнена частично, содержит ошибки или недочёты; допускается повторная сдача после корректировок.
- Незачёт — задание выполнено с критическими ошибками, не соответствует требованиям или не демонстрирует освоение материала. После двух попыток доработки педагог вправе выставить итоговую оценку «незачёт».

Промежуточная аттестация проводится по итоговому проекту от компании «Этажи», посвящённому созданию лендинга. Слушатели выполняют проект, который включает разработку лендинга в соответствии с техническим заданием заказчика, настройку интеграций, сервисов аналитики и необходимых функциональных элементов, подготовку небольшой презентации с описанием проделанной работы, включая акцент на предложенных улучшениях и нововведениях. Решение загружается в личный кабинет, проверяется педагогами. Оценка выставляется в том же формате: «зачёт», «на доработку», «незачёт».

Блок 5. Работа с руководителем и защита своих идей

Теория 8,8 академ. ч. Практика 28,6 академ. ч.

В рамках блока ставятся следующие задачи:

- Ознакомить слушателей с принципами эффективного взаимодействия с руководителем и заинтересованными сторонами.
- Научить проводить анализ потребностей стейкхолдеров и учитывать их при разработке продуктовых решений.
- Сформировать навыки подготовки и защиты своих идей, разработки презентаций и аргументации предложений.
- Освоить техники публичных выступлений и формирования образа уверенного спикера.
- Дать опыт проектной работы с использованием инструментов визуализации и прототипирования.

Планируемые результаты обучения:

По завершении блока слушатели:

- Знают методы анализа стейкхолдеров, принципы подготовки продуктовых презентаций и защиты своих идей.
- Умеют создавать презентации, структурировать информацию и проводить выступления для руководителей и инвесторов.
- Владеют инструментами PowerPoint и Figma для подготовки материалов и макетов.
- Способны аргументировать свои предложения, разрабатывать концепции и представлять их заинтересованным сторонам.
- Могут проводить анализ конкурентных решений и использовать его для обоснования продуктовых гипотез.

Блок состоит из следующих тем:

Тема 1: Работа с руководителем

Тема 2: Защита своего проекта

Тема 3: Деловое выступление

Тема 4: Подготовка качественных слайдов

Тема 5: Презентация продуктовых идей

Тема 6: Как побороть страх перед публичными выступлениями

Тема 7: Проект от компании «РБК»: наращивание базы пользователей

Форма контроля: текущий контроль, промежуточная аттестация

Текущий контроль осуществляется через выполнение практических заданий по разработке презентаций, подготовке продуктовых идей и выступлениям. Содержание и критерии практических заданий указываются в личном кабинете на образовательной онлайн-платформе. Работы загружаются в личный кабинет и проверяются педагогами.

Оценивание осуществляется по системе:

- Зачёт — работа выполнена полностью, все основные критерии соблюдены, решение корректно и соответствует заданию.
- На доработку — работа выполнена частично, содержит ошибки или недочёты; допускается повторная сдача после корректировок.
- Незачёт — задание выполнено с критическими ошибками, не соответствует требованиям или не демонстрирует освоение материала. После двух попыток доработки педагог вправе выставить итоговую оценку «незачёт».

Промежуточная аттестация проводится по итоговому проекту от компании «РБК», посвящённому наращиванию базы пользователей. Слушатели выполняют проект, который включает изучение текущего продукта РБК и анализа предлагаемых функций для авторизованных пользователей, исследование российских и зарубежных бенчмарков для определения лучших практик мотивации пользователей к регистрации, оставление списка фичей, которые будут стимулировать регистрацию и взаимодействие с продуктом, с детальным обоснованием, подготовку презентации с основными выводами и предложениями по достижению цели — 3 млн зарегистрированных пользователей в течение 12–24 месяцев. Решение загружается в личный кабинет, проверяется педагогами. Оценка выставляется в том же формате: «зачёт», «на доработку», «незачёт».

Блок 6. Планирование и запуск новых продуктов

Теория 12,5 академ. ч. Практика 36,8 академ. ч.

В рамках блока ставятся следующие задачи:

- Ознакомить слушателей с основами анализа рынка, расчёта долей и оценки потенциала продукта.
- Научить проектировать стратегию вывода нового продукта на рынок, включая выбор каналов продаж и моделей монетизации.
- Сформировать навыки взаимодействия с командами маркетинга и продаж для комплексного планирования запуска продукта.
- Освоить методы управления продуктовым циклом: запуск, перезапуск, pivot и выход на зарубежные рынки.
- Дать опыт проектной работы над созданием IT-продукта и подготовки плана его реализации.

Планируемые результаты обучения:

По завершении блока слушатели:

- Знают методы анализа рынка, принципы формирования продуктовой стратегии и ключевые этапы вывода продукта на рынок.
- Умеют разрабатывать маркетинговые стратегии, рассчитывать объём рынка и планировать запуск продукта.
- Владеют инструментами выбора модели монетизации, построения продуктовой воронки и анализа метрик.
- Способны адаптировать стратегию продукта к изменениям рынка, включая pivot, перезапуск и выход на новые рынки.
- Могут проектировать IT-платформы, разрабатывать MVP и организовывать работу команды для реализации продукта.

Блок состоит из следующих тем:

Тема 1: Расчёт рынка и доли

Тема 2: Создание новых продуктов и вывод на рынок

Тема 3: Совместная работа с командой маркетинга и Sales

Тема 4: Sales-задачи при запуске нового продукта

Тема 5: Pivot

Тема 6: Перезапуски

Тема 7: Монетизация

Тема 8: Выход на зарубежный рынок

Тема 9: Запуск продукта с нуля

Тема 10: Проект от компании «Open City»: проектирование IT-платформы

Форма контроля: текущий контроль, промежуточная аттестация

Текущий контроль осуществляется через выполнение практических заданий по анализу рынка, формированию стратегии вывода продукта и разработке моделей монетизации. Содержание и критерии практических заданий указываются в личном кабинете на образовательной онлайн-платформе. Работы загружаются в личный кабинет и проверяются педагогами.

Оценивание осуществляется по системе:

- Зачёт — работа выполнена полностью, все основные критерии соблюдены, решение корректно и соответствует заданию.
- На доработку — работа выполнена частично, содержит ошибки или недочёты; допускается повторная сдача после корректировок.

- Незачёт — задание выполнено с критическими ошибками, не соответствует требованиям или не демонстрирует освоение материала. После двух попыток доработки педагог вправе выставить итоговую оценку «незачёт».

Промежуточная аттестация проводится по итоговому проекту от компании «Open City», посвящённому проектированию IT-платформы. Слушатели выполняют проект, который включает разработку концепции IT-платформы и описание её функционала, формирование перечня идей и аргументацию выбранных решений, составление списка выполненных задач и предоставление артефактов проекта, подготовку презентации с результатами, выводами и предложениями по дальнейшему развитию платформы. Решение загружается в личный кабинет, проверяется педагогами. Оценка выставляется в том же формате: «зачёт», «на доработку», «незачёт».

Блок 7. Hard skills: A/B-тестирование и Unit-экономика

Теория 11,6 академ. ч. Практика 30,5 академ. ч.

В рамках блока ставятся следующие задачи:

- Ознакомить слушателей с основами A/B-тестирования и методами проверки гипотез.
- Научить применять статистические инструменты для анализа результатов экспериментов.
- Сформировать навыки проведения когортного анализа и оценки жизненного цикла клиента.
- Освоить методы расчёта unit-экономики и интерпретации ключевых продуктовых метрик.
- Дать опыт проектной работы на основе реальных данных и выполнения когортного анализа.

Планируемые результаты обучения:

По завершении блока слушатели:

- Знают принципы постановки и проверки гипотез, методики проведения A/B-тестов, основы математической статистики и когортного анализа.
- Умеют определять цели и метрики экспериментов, запускать A/B-тесты, анализировать результаты и строить выводы на основе данных.
- Владеют инструментами расчёта unit-экономики, анализа поведения пользователей и оценки бизнес-эффективности продукта.
- Способны применять когортный анализ для выявления закономерностей и выработки гипотез по сокращению оттока клиентов.
- Могут разрабатывать рекомендации по оптимизации продукта и повышению конверсии на основе данных.

Блок состоит из следующих тем:

Тема 1: Проверка гипотез и поиск точек роста с помощью A/B-тестирования

Тема 2: Основы математической статистики для A/B-тестирования

Тема 3: Статистический тест для оценки результатов A/B-эксперимента

Тема 4: Цели и метрики A/B-теста

Тема 5: Нюансы реализации A/B-теста

Тема 6: Продвинутое тестирование

Тема 7: A/B-тестирование с помощью Яндекс Метрики

Тема 8: Продуктовая аналитика
Тема 9: Unit-экономика
Тема 10: Жизненный цикл клиента и когортный анализ
Тема 11: Анализ функциональности конкурентов
Тема 12: Проект от компании «Билайн»: когортный анализ

Форма контроля: промежуточная аттестация

Промежуточная аттестация проводится по итоговому проекту от компании «Билайн», посвящённому когортному анализу. Слушатели выполняют проект, который включает проведение когортного анализа пользовательских данных, построение визуализаций, формирование выводов и выдвижение гипотез по снижению оттока клиентов. Презентация должна содержать основные результаты анализа, аргументацию гипотез и предложения по улучшению пользовательского опыта. Все артефакты проекта размещаются в отдельной папке, ссылка на которую передаётся ментору через личный кабинет. Оценка выставляется в формате: «зачёт», «на доработку», «незачёт».

Блок 8. Data-Driven и аналитический подход

Теория 9,9 академ. ч. Практика 45,4 академ. ч.

В рамках блока ставятся следующие задачи:

- Ознакомить слушателей с принципами построения системы аналитики и метрик для оценки продукта.
- Научить работать с HADI-циклами, Lean Canvas и Lean Analytics, выбирать ключевые бизнес-метрики и строить их иерархию.
- Сформировать навыки подключения источников данных, построения дата-моделей и настройки дашбордов.
- Освоить инструменты визуализации данных и формирования аналитических отчётов.
- Дать опыт проектной работы по реализации data-driven подхода и подготовке рекомендаций на основе анализа данных.

Планируемые результаты обучения:

По завершении блока слушатели:

- Знают принципы построения аналитической системы, методы выбора метрик и подходы к оценке эффективности продукта.
- Умеют разрабатывать HADI-циклы, формировать гипотезы и проверять их с помощью данных.
- Владеют инструментами построения дашбордов, подключения источников данных и визуализации аналитики.
- Способны выявлять закономерности и делать выводы на основе анализа данных, используя подход data-driven.
- Могут применять результаты анализа для формирования продуктовой стратегии и подготовки рекомендаций по развитию продукта.

Блок состоит из следующих тем:

Тема 1: Управление продуктом на основе модели Lean Canvas
Тема 2: HADI-циклы
Тема 3: Основные типы бизнес-метрик и Lean Analytics

Тема 4: Декомпозиция метрик: иерархия метрик и пирамида метрик
Тема 5: Введение в Yandex DataLens
Тема 6: Подключение к источникам данных
Тема 7: Модель данных и создание проекта
Тема 8: Формирование чартов
Тема 9: Визуализация и настройка дашбордов
Тема 10: Управление доступами и безопасное хранение данных
Тема 11: Расширенные возможности Yandex DataLens
Тема 12: Практическая работа «Анализируй и визуализируй»
Тема 13: Проект от компании «ILINE»: Data-driven подход

Форма контроля: текущий контроль, промежуточная аттестация

Текущий контроль осуществляется через выполнение практических заданий по построению аналитической системы, настройке источников данных, формированию метрик и визуализации результатов. Содержание и критерии практических заданий указываются в личном кабинете на образовательной онлайн-платформе. Работы загружаются в личный кабинет и проверяются педагогами.

Оценивание осуществляется по системе:

- Зачёт — работа выполнена полностью, все основные критерии соблюдены, решение корректно и соответствует заданию.
- На доработку — работа выполнена частично, содержит ошибки или недочёты; допускается повторная сдача после корректировок.
- Незачёт — задание выполнено с критическими ошибками, не соответствует требованиям или не демонстрирует освоение материала. После двух попыток доработки педагог вправе выставить итоговую оценку «незачёт».

Промежуточная аттестация проводится по итоговому проекту от компании «Iline», посвящённому реализации data-driven подхода. Слушатели выполняют проект, который включает решение 4-х первоначальных задач, разработку рекомендаций по развитию продукта с аргументацией, оформление итоговой презентации с результатами анализа и выводами. Решение загружается в личный кабинет и проверяется педагогами.

Блок 9. Менеджмент и инструменты продакт менеджера

Теория 10,6 академ. ч. Практика 31,6 академ. ч.

В рамках блока ставятся следующие задачи:

- Ознакомить слушателей с ключевыми функциями продакт-менеджера и его ролью в создании продукта.
- Научить планировать и управлять проектами, включая постановку целей, формирование требований и декомпозицию задач.
- Освоить современные методологии управления проектами: Waterfall, Agile, Scrum, Kanban.
- Развить навыки работы с основными инструментами продакт-менеджера: Jira, Miro, Google Forms и др.
- Сформировать умение подготавливать артефакты продакт-менеджера, вести документацию и работать с KPI.
- Дать опыт проектной работы с использованием реальных инструментов управления и анализа.

Планируемые результаты обучения:

По завершении блока слушатели:

- Знают основные этапы работы продакт-менеджера, принципы планирования и современные методологии управления проектами.
- Умеют формулировать требования, декомпозировать задачи, разрабатывать календарные планы и готовить артефакты продакт-менеджера.
- Владеют инструментами продакт-менеджмента (Jira, Miro, Google Forms) и методами визуализации проектных данных.
- Способны применять гибкие методологии управления проектами (Agile, Scrum, Kanban) и создавать user stories.
- Могут организовывать работу команды, контролировать сроки и оценивать эффективность продукта с помощью KPI.

Блок состоит из следующих тем:

Тема 1: Роль проджект-менеджера в разработке продукта

Тема 2: Инициация и планирование проекта

Тема 3: Начало работы над проектом

Тема 4: Управление стоимостью проекта

Тема 5: Методологии управления

Тема 6: Scrum

Тема 7: Регулярный менеджмент и KPI

Тема 8: Артефакты продакт-менеджера

Тема 9: Инструментарий продакт-менеджера

Тема 10: Проект «Инструменты продакт-менеджера»

Форма контроля: текущий контроль, промежуточная аттестация

Текущий контроль осуществляется через выполнение практических заданий по планированию проекта, формированию требований, созданию артефактов продакт-менеджера и применению инструментов управления. Содержание и критерии практических заданий указываются в личном кабинете на образовательной онлайн-платформе. Работы загружаются в личный кабинет и проверяются педагогами.

Оценивание осуществляется по системе:

- Зачёт — работа выполнена полностью, все основные критерии соблюдены, решение корректно и соответствует заданию.
- На доработку — работа выполнена частично, содержит ошибки или недочёты; допускается повторная сдача после корректировок.
- Незачёт — задание выполнено с критическими ошибками, не соответствует требованиям или не демонстрирует освоение материала. После двух попыток доработки педагог вправе выставить итоговую оценку «незачёт».

Промежуточная аттестация проводится по итоговому проекту «Инструменты продакт-менеджера». Слушатели выполняют проект, который включает подготовку описания проекта (суть, актуальность, цель и задачи); разработку календарного плана и последовательности этапов; создание артефактов и использование инструментов продакт-менеджера; оформление результатов и выводов; подготовку презентации с итогами проекта и рекомендациями для бизнеса. Решение загружается в личный кабинет, проверяется педагогами. Оценка выставляется в том же формате: «зачёт», «на доработку», «незачёт».

Блок 10. Soft skills и работа с командой

Теория 10 академ. ч. Практика 27 академ. ч.

В рамках блока ставятся следующие задачи:

- Ознакомить слушателей с принципами построения системы аналитики и метрик для оценки продукта.
- Научить работать с HADI-циклами, Lean Canvas и Lean Analytics, выбирать ключевые бизнес-метрики и строить их иерархию.
- Сформировать навыки подключения источников данных, построения дата-моделей и настройки дашбордов.
- Освоить инструменты визуализации данных и формирования аналитических отчётов.
- Дать опыт проектной работы по реализации data-driven подхода и подготовке рекомендаций на основе анализа данных.

Планируемые результаты обучения:

По завершении блока слушатели:

- Знают принципы построения аналитической системы, методы выбора метрик и подходы к оценке эффективности продукта.
- Умеют разрабатывать HADI-циклы, формировать гипотезы и проверять их с помощью данных.
- Владеют инструментами построения дашбордов, подключения источников данных и визуализации аналитики.
- Способны выявлять закономерности и делать выводы на основе анализа данных, используя подход data-driven.
- Могут применять результаты анализа для формирования продуктовой стратегии и подготовки рекомендаций по развитию продукта.

Блок состоит из следующих тем:

Тема 1: Soft skills для продаж

Тема 2: Формирование команды

Тема 3: Управление командой

Тема 4: Работа с подрядчиками

Тема 5: Коммуникации с заказчиком

Тема 6: Техническое задание

Тема 7: Смежники

Тема 8: Деловая переписка

Тема 9: Проект «Планирование запуска: формирование команды и УТП»

Форма контроля: промежуточная аттестация

Промежуточная аттестация проводится в формате проекта «Планирование запуска: формирование команды и УТП». Слушатели выполняют проект, который включает создание папки проекта и размещение в ней всех артефактов проделанной работы; подготовку презентации, включающей результаты выполнения заданий, ссылки на артефакты и материалы; оформление презентации в формате демонстрации освоенных навыков; загрузка готовой работы в личный кабинет и отправка на проверку ментору. Решение загружается в личный кабинет, проверяется педагогами. Оценка выставляется в том же формате: «зачёт», «на доработку», «незачёт».

Блок 11. Дипломная работа

Теория 1 академ. ч. Практика 53,3 академ. ч.

В рамках блока ставятся следующие задачи:

- Научить слушателей комплексно применять полученные знания и навыки для решения реальной продуктовой задачи.
- Сформировать умение разрабатывать проект от идеи до итоговой презентации, учитывая бизнес-требования и аналитику.
- Развить навыки подготовки и защиты проектной работы перед экспертами.
- Освоить подход к оформлению итоговых материалов в соответствии с требованиями бизнеса.

Планируемые результаты обучения:

По завершении блока слушатели:

- Умеют самостоятельно формулировать цели и задачи проекта по системе SMART.
- Владеют методами проведения исследований, анализа данных и разработки продуктовых решений.
- Способны создавать презентации, включающие ключевые результаты, выводы и рекомендации.
- Готовы защищать проект, аргументируя предложенные решения перед экспертной комиссией.

Блок состоит из следующих тем:

Тема 1: Дипломная работа

Финальное задание является формой итоговой аттестации и направлено на комплексную проверку освоения всех ключевых тем программы. Слушатели выполняют дипломную работу, которая включает:

- Подготовку презентации по шаблону, состоящую из обязательных слайдов: суть проекта, актуальность, цель и задачи, календарный план, основная часть проекта, результаты и выводы, рекомендации для бизнеса.
- Разработку артефактов, подтверждающих выполнение проекта (прототипы, аналитика, диаграммы, расчёты и др.).
- Подготовку пояснительной записки с описанием хода работы, источников информации и используемых методик.
- Оформление проекта с учётом бизнес-требований к защите продукта и подготовка презентации для итоговой аттестации.

Оценивается:

- полнота проработки проекта и соответствие поставленным задачам;
- качество анализа, собранных данных и предложенных решений;
- корректность и логичность презентации проекта;
- аргументация выводов и рекомендаций для бизнеса;
- аккуратность оформления и соответствие шаблону.

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.

Дидактический материал:

1. Вдохновленные. Марти Каган.
2. Бизнес с нуля. Lean Startup. Эрик Рис.
3. На крючке. Нир Эяль.
4. Карьера менеджера IT-проекта. Лакман и Баваро.
5. Scrum. Революционный метод управления проектами. Джефф Сазерленд.
6. Дизайн привычных вещей. Дон Норман.

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 промежуточный контроль представлен в виде тестирования, подсчет верных ответов и выставление оценки «зачёт» и «незачёт» происходят в автоматическом режиме.

Примеры тестовых вопросов

1. **CustDev.** Какова основная цель проведения пользовательских интервью?
 - а) Реклама продукта
 - б) Сбор инсайтов и проверка гипотез
 - в) Увеличение продаж
 - г) Формирование команды
2. **Прототипирование.** Что такое wireframe?
 - а) Финальный дизайн продукта
 - б) Каркас интерфейса без визуальной детализации
 - в) Набор пользовательских историй
 - г) Документ с бизнес-метриками
3. **Метрики.** Какую роль играет unit-экономика в управлении продуктом?
 - а) Рассчитывает прибыль на одного пользователя/единицу продукта
 - б) Определяет NPS
 - в) Анализирует дизайн интерфейсов
 - г) Планирует релизы продукта
4. **Agile/Scrum.** Кто отвечает за приоритизацию бэклога продукта?
 - а) Scrum-мастер
 - б) Product Owner
 - в) Разработчик
 - г) Project Manager
5. **Data-driven.** Что является ключевым преимуществом подхода data-driven в управлении продуктом?
 - а) Принятие решений только по мнению руководителя
 - б) Принятие решений на основе данных и метрик
 - в) Сокращение числа гипотез
 - г) Исключение работы с пользователями

Примеры домашних заданий

1. **CustDev:** Составьте список из 5 гипотез для нового онлайн-сервиса. Подготовьте 7 вопросов для пользовательского интервью, направленных на проверку этих гипотез.
2. **Прототипирование:** Разработайте в Figma интерактивный прототип страницы регистрации сервиса. Добавьте переходы между экранами и продумайте логику взаимодействия пользователя.
3. **Аналитика:** Постройте простую продуктовую воронку (например, для интернет-магазина: посещение сайта → добавление товара в корзину →

оформление заказа → оплата). Определите конверсию на каждом шаге и сформулируйте гипотезы по её улучшению.

Промежуточный контроль

Промежуточный контроль проводится после изучения следующих блоков: 2-10. 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 текущий контроль представлен в виде тестирования, подсчет верных ответов и выставление оценки «зачёт» и «незачёт» происходят в автоматическом режиме на образовательной онлайн-платформе.

Примеры проектов для промежуточной аттестации

Проект 1. «Исследование целевой аудитории и формирование CJM»

Цель: Научиться выявлять потребности пользователей и формировать карту пути клиента.
Задание:

- Провести 3–5 интервью с потенциальными пользователями продукта (или использовать готовые данные).
- Составить портрет целевой аудитории и выделить основные инсайты.
- Построить Customer Journey Map (минимум 5 шагов).
- Определить «болевы точки» и предложить улучшения продукта.

Форма сдачи: презентация + CJM.

Проект 2. «Разработка прототипа нового продукта в Figma»

Цель: Отработать навыки прототипирования и визуализации идей продукта.
Задание:

- Выбрать продуктовую идею (например, мобильное приложение для планирования бюджета).
 - Создать в Figma 3–5 экранов прототипа (регистрация, главная страница, ключевая функция).
 - Настроить интерактивные переходы и анимации.
 - Подготовить краткое описание пользовательских сценариев (user flow).
- Форма сдачи: ссылка на Figma + пояснительная записка (1–2 стр.).

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.