

Аннотация к рабочей программы дисциплины
«Б1.О.04 Продуктовый менеджмент»
(код и наименование дисциплины)

Объем трудоемкости: 2 зачетных единицы

Цель освоения дисциплины

Цели изучения дисциплины определены федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования и соотнесены с целями образовательной программы по направлению подготовки 27.04.03 «Системный анализ и управление», направленность (профиль) «Бизнес-аналитика и аналитика данных».

Целью освоения дисциплины «Продуктовый менеджмент» является формирование у обучающихся системы знаний, умений и практических навыков в области управления цифровыми продуктами на основе продуктового подхода, ориентированного на создание и развитие ценности для пользователей и бизнеса. Дисциплина направлена на освоение методов выявления потребностей пользователей, формулирования продуктовых гипотез, определения и анализа продуктовых метрик, управления жизненным циклом цифрового продукта, формирования продуктового портфеля и принятия решений на основе данных.

Особое внимание уделяется применению инструментов продуктового менеджмента в условиях крупных корпоративных информационных систем и цифровых платформ, используемых в ритейле, электронной коммерции, логистике, аналитике данных и операционном управлении.

1.1 Задачи дисциплины:

- формирование понимания принципов продуктового подхода и его отличий от проектного и процессного управления;
- изучение методов выявления потребностей пользователей и заинтересованных сторон цифрового продукта;
- освоение инструментов описания пользовательской ценности, пользовательских сценариев и клиентского опыта;
- формирование навыков разработки и проверки продуктовых гипотез на основе количественных и качественных данных;
- изучение подходов к построению системы продуктовых метрик и оценке эффективности цифровых продуктов;
- освоение методов управления продуктовым backlog, формирования roadmap и определения приоритетов развития продукта;
- приобретение навыков применения современных инструментов принятия продуктовых решений на основе анализа данных;
- формирование компетенций по проектированию и проведению продуктовых экспериментов и оценке их результатов;
- развитие навыков подготовки продуктовой документации, включая product brief, описание инициатив, требований и критериев успеха;
- формирование способности применять методы продуктового менеджмента для развития корпоративных цифровых сервисов, аналитических платформ, систем поддержки принятия решений и других ИТ-продуктов.

1.3 Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы

Дисциплина «Продуктовый менеджмент» относится к обязательной части Блока 1 "Дисциплины (модули)" учебного плана.

Дисциплина «Продуктовый менеджмент» тесно связана с дисциплиной «Практика межкультурной и профессиональной коммуникации».

Изучение данной дисциплины базируется на подготовке студентов, полученной при прохождении ООП бакалавриата. Преподавание дисциплины ведется в виде лекционных, практических и самостоятельных занятий.

1.4 Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Изучение данной учебной дисциплины направлено на формирование у обучающихся следующих компетенций:

Код и наименование индикатора* достижения компетенции	Результаты обучения по дисциплине
УК-2 Способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла	
ИУК-2.1 Использует принципы, методы и модели проектного менеджмента в решении профессиональных задач	Знает: – принципы продуктового подхода к управлению цифровыми продуктами и их отличия от проектного управления; – методы формирования и управления продуктовым backlog, roadmap и портфелем инициатив; – современные подходы к приоритизации задач и управлению развитием цифровых продуктов (RICE, ICE, WSJF). Умеет: – применять методы продуктового планирования при решении задач развития цифрового продукта; – формировать и обосновывать приоритеты продуктовых инициатив на основе бизнес-целей и продуктовых метрик; – использовать инструменты управления требованиями и изменениями в процессе развития цифрового продукта. Владеет:

Код и наименование индикатора* достижения компетенции	Результаты обучения по дисциплине
	– навыками структурирования задач развития цифрового продукта в виде backlog, эпиков и пользовательских историй; – навыками разработки продуктовых планов и дорожных карт развития продукта; – инструментами оценки ожидаемого эффекта от реализации продуктовых инициатив.
ИУК-2.2 Разрабатывает программу действий по решению задач проекта и обеспечивает его выполнение в соответствии с установленными целями, на основе оценки рисков и рационального управления ресурсами	Знает: – подходы к постановке продуктовых целей и формированию системы ключевых метрик цифрового продукта; – методы оценки продуктовых рисков и неопределенностей при реализации инициатив развития продукта; – принципы проведения продуктовых экспериментов и проверки гипотез. Умеет: – разрабатывать программу развития цифрового продукта на основе целей, метрик и бизнес-требований; – определять ресурсы, ограничения, зависимости и риски продуктовых инициатив; – проектировать продуктовые эксперименты для проверки гипотез и оценки ожидаемого эффекта изменений. Владеет: – навыками подготовки product brief и обоснования продуктовых решений; – инструментами формирования дерева целей, гипотез и продуктовых метрик; – методами мониторинга достижения продуктовых целей и оценки результатов реализации инициатив.

Код и наименование индикатора* достижения компетенции	Результаты обучения по дисциплине
УК-3 Способен организовывать и руководить работой команды, вырабатывая командную стратегию для достижения поставленной цели	
ИУК-3.1 Владеет принципами формирования эффективной команды	Знает: – основные роли участников продуктовой команды и особенности их взаимодействия; – принципы формирования кросс-функциональных команд разработки цифровых продуктов; – подходы к организации взаимодействия бизнеса, аналитиков, разработчиков и пользователей продукта. Умеет: – определять состав продуктовой команды в зависимости от целей и задач продукта; – распределять функции и зоны ответственности между участниками продуктовой деятельности; – организовывать взаимодействие заинтересованных сторон при разработке и развитии цифрового продукта. Владеет: – навыками формирования команд для решения продуктовых задач; – инструментами организации коллективной работы над продуктовыми инициативами; – методами согласования целей и ожиданий участников продуктовой деятельности.
ИУК-3.2 Организует работу команды и обеспечивает выполнение поставленных задач на основе мониторинга командной работы и своевременного реагирования на существенные отклонения	Знает: – методы организации командной работы при создании и развитии цифровых продуктов; – показатели эффективности продуктовой деятельности и командного взаимодействия;

Код и наименование индикатора* достижения компетенции	Результаты обучения по дисциплине
	– подходы к контролю выполнения продуктовых задач и управлению изменениями. Умеет: – организовывать работу команды по достижению продуктовых целей и реализации инициатив развития продукта; – осуществлять мониторинг выполнения задач и достижения целевых продуктовых показателей; – выявлять отклонения в реализации продуктовых инициатив и разрабатывать корректирующие мероприятия. Владеет: – навыками координации деятельности участников продуктовой команды; – инструментами контроля выполнения backlog и roadmap продукта; – методами принятия управленческих решений на основе анализа результатов командной и продуктовой деятельности.

Содержание дисциплины:

Распределение видов учебной работы и их трудоемкости по разделам дисциплины.

Разделы (темы) дисциплины, изучаемые в 1 семестре (очная форма обучения).

№	Наименование разделов (тем)	Количество часов				
		Всего	Аудиторная работа			Внеаудиторная работа
			Л	ПЗ	ЛР	
1.	Продуктовый подход в корпоративном ИТ и ритейле: продукт, сервис, платформа, проект, пользователь, заказчик, ценность	6	2			4

№	Наименование разделов (тем)	Количество часов				
		Всего	Аудиторная работа			Внеаудиторная работа
			Л	ПЗ	ЛР	
2.	Метрики цифрового продукта: North Star Metric, воронки, retention, activation, LTV, unit economics, пользовательский опыт	6	2			4
3.	Discovery, приоритизация и roadmap: гипотезы, backlog, MVP, RICE, ICE, WSJF, эксперименты, бизнес-эффект	6	2			4
4.	Определение продукта: пользователь, проблема, ценность, границы	6		2		4
5.	Jobs To Be Done и Customer Journey Map	6		2		4
6.	Формулирование ценностного предложения и критериев успеха	6		2		4
7.	Дерево гипотез: пользовательские, бизнесовые, технические, аналитические	6		2		4
8.	Дерево метрик продукта: от цели к операционным показателям	6		2		4
9.	Product backlog: эпика, фичи, user stories, критерии приемки	6		2		4
10.	Приоритизация инициатив: RICE, ICE, WSJF	6		2		4
11.	Проектирование продуктового эксперимента: гипотеза, метрика, контроль	6		2		4
12.	Мини-roadmap и product brief: цель, аудитория, метрики, риски, зависимости	6		2		3,8
	ИТОГО по разделам дисциплины	71,8	6	18		47,8
	Контроль самостоятельной работы (КСР)					
	Промежуточная аттестация (ИКР)	0,2				0,2
	Подготовка к текущему контролю	-				
	Общая трудоемкость по дисциплине	72	6	18		48

Примечание: Л – лекции, ПЗ – практические занятия / семинары, ЛР – лабораторные занятия, СРС – самостоятельная работа студента

Курсовые работы: не предусмотрены

Форма проведения аттестации по дисциплине: зачет

Автор **Яровой В.А., Алеников А.С.**