



Федеральное государственное образовательное бюджетное учреждение высшего образования  
**«ФИНАНСОВЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ПРИ ПРАВИТЕЛЬСТВЕ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ»**  
(Финансовый университет)

**Кафедра стратегического и инновационного развития**  
**Факультет "Высшая школа управления"**

Документ подписан усиленной неквалифицированной электронной подписью.

**Организация:** «ФИНАНСОВЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ПРИ ПРАВИТЕЛЬСТВЕ  
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ»

**Сертификат:** 2xSuvAofZWY5S/FXH9F3cttr9qL8/knz

**Утверждено:** Проректор по учебной и методической работе, Е.А. Каменева

**Дата:** 07.07.2026 г.

**З.В. Басаев**

**Управление продуктовыми исследованиями и аналитика**

**Рабочая программа дисциплины**

для студентов, обучающихся по направлению подготовки

38.03.02 - Менеджмент,

Образовательная программа «Управление бизнесом»

Профиль:

«Управление продуктом»

*Рекомендовано*

*Факультет "Высшая школа управления"*

*(протокол № 53 от 20.05.2025 г.)*

*Одобрено*

*Кафедра стратегического и инновационного развития*

*(протокол № 14 от 21.04.2025 г.)*



## Содержание

|                                                                                                                                                                                                                                     |    |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| 1. Наименование дисциплины .....                                                                                                                                                                                                    | 3  |
| 2. Перечень планируемых результатов освоения образовательной программы (перечень компетенций) с указанием индикаторов их достижения и планируемых результатов обучения по дисциплине .....                                          | 3  |
| 3. Место дисциплины в структуре образовательной программы .....                                                                                                                                                                     | 5  |
| 4. Объем дисциплины (модуля) в зачетных единицах и в академических часах с выделением объема аудиторной (лекции, семинары) и самостоятельной работы обучающихся .....                                                               | 5  |
| 5. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам) дисциплины с указанием их объемов (в академических часах) и видов учебных занятий .....                                                                             | 6  |
| 5.1. Содержание дисциплины .....                                                                                                                                                                                                    | 6  |
| 5.2. Учебно – тематический план .....                                                                                                                                                                                               | 8  |
| 5.3. Содержание семинаров, практических занятий .....                                                                                                                                                                               | 9  |
| 6. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине .....                                                                                                                             | 11 |
| 6.1. Перечень вопросов, отводимых на самостоятельное освоение дисциплины, формы внеаудиторной самостоятельной работы .....                                                                                                          | 11 |
| 6.2. Перечень вопросов, заданий, тем для подготовки к текущему контролю .....                                                                                                                                                       | 12 |
| 7. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине .....                                                                                                                                   | 14 |
| 8. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины .....                                                                                                                                 | 5  |
| 9. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины .....                                                                                                                  | 9  |
| 10. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины .....                                                                                                                                                              | 24 |
| 11. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень необходимого программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости) ..... | 27 |
| 12. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине .....                                                                                                              | 27 |



## 1. Наименование дисциплины

Управление продуктовыми исследованиями и аналитика

## 2. Перечень планируемых результатов освоения образовательной программы (перечень компетенций) с указанием индикаторов их достижения и планируемых результатов обучения по дисциплине

| Код компетенции | Наименование компетенции                                                                                                                          | Индикаторы достижения компетенции                                                            | Результаты обучения (умения и знания), соотнесенные с индикаторами достижения компетенции                                                                                                                                                                                       |
|-----------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| ПКН-2           | Способность применять математические методы для решения стандартных профессиональных задач, интерпретировать полученные математические результаты | Демонстрирует знания математических методов, применяемых в менеджменте                       | <b>Знать:</b> классификацию математических методов<br><b>Уметь:</b> формировать математические модели для решения профессиональных управленческих задач                                                                                                                         |
|                 |                                                                                                                                                   | Применяет математические методы и модели для обоснования принятия управленческих решений     | <b>Знать:</b> математические методы и модели для обоснования принятия управленческих решений<br><b>Уметь:</b> применять математические методы и модели для обоснования принятия управленческих решений                                                                          |
|                 |                                                                                                                                                   | Содержательно интерпретирует результаты, полученные при использовании математических моделей | <b>Знать:</b> особенности интерпретации результатов, полученных при использовании математических моделей<br><b>Уметь:</b> интерпретировать результаты, полученные при использовании математических моделей                                                                      |
| ПКП-2           | Способность сопровождать и управлять продуктовыми исследованиями и исследованиями новых рынков                                                    | Проводит исследования по анализу продукта и возможности выхода на новые рынки                | <b>Знать:</b> методы, методологии и фреймворки продуктовых исследований, которые могут быть использованы в анализе результатов технологических исследований<br><b>Уметь:</b> проводить анализ результатов, полученных в результате технологических исследований серии продуктов |



| Код компетенции | Наименование компетенции | Индикаторы достижения компетенции                                   | Результаты обучения (умения и знания), соотнесенные с индикаторами достижения компетенции                                                                                |
|-----------------|--------------------------|---------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                 |                          | Анализирует результаты технологических исследований серии продуктов | <b>Знать:</b> особенности проведения технологических исследований серии продуктов<br><b>Уметь:</b> анализировать результаты технологических исследований серии продуктов |



### 3. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Управление продуктовыми исследованиями и аналитика» относится к «Профилю "Управление продуктом"».

### 4. Объем дисциплины (модуля) в зачетных единицах и в академических часах с выделением объема аудиторной (лекции, семинары) и самостоятельной работы обучающихся

Очная форма обучения

| Вид учебной работы по дисциплине              | Всего (в з/е и часах) | Семестр 6 (в часах) |
|-----------------------------------------------|-----------------------|---------------------|
| <b>Общая трудоемкость дисциплины</b>          | <b>5/180</b>          | <b>180</b>          |
| <b>Контактная работа – Аудиторные занятия</b> | <b>68</b>             | <b>68</b>           |
| <i>Лекции</i>                                 | <i>34</i>             | <i>34</i>           |
| <i>Семинары, практические занятия</i>         | <i>34</i>             | <i>34</i>           |
| <i>Самостоятельная работа</i>                 | <i>112</i>            | <i>112</i>          |
| Вид текущего контроля                         | Контрольная работа    | Контрольная работа  |
| Вид промежуточной аттестации                  | Экзамен               | Экзамен             |



## **5. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам) дисциплины с указанием их объемов (в академических часах) и видов учебных занятий**

### **5.1. Содержание дисциплины**

#### **Тема 1. Введение в продуктовую аналитику и ее роль в бизнесе.**

Значение продуктовой аналитики для бизнеса. Примеры успешного применения аналитики. Обзор карьерных перспектив в области продуктовой аналитики. Навыки и квалификации, необходимые для успеха. Решения, основанные на данных. Влияние аналитики на бизнес-стратегии. Анализ успешных и неудачных примеров использования данных в бизнесе.

#### **Тема 2. Основные понятия продуктовой аналитики. Метрики продукта.**

Продуктовая гипотеза, пилот и MVP. Виды гипотез. MVP. Разработка, приоритезация и проверка гипотез. Ошибки при проверке продуктовых гипотез. Фича и хит. Аналитические фреймворки и система метрик продукта. Юнит-экономика и продуктовая аналитика. Метрики расходов. Метрики доходов. Расчет на пользователя и клиента. Плечи метрик и точки роста.

#### **Тема 3. Прикладная аналитика в бизнесе.**

Введение в маркетинговую аналитику. Анализ рынка digital-продуктов на открытых данных. Сравнение с конкурентами. Способы анализа продукта и продуктовых матриц. Инструменты комплексного анализа рынка. Оценка ёмкости рынка. Основные правила конкурентного анализа, ключевые показатели. Анализ конкурентных сил по Портеру. Направления конкурентного анализа и оценка конкурентных преимуществ. Особенности проведения исследований клиентов. KPI и метрики. Основные источники данных и методы их анализа. Сквозная аналитика. Методы сегментации клиентов и целевой аудитории. Введение в RFM-анализ. Введение в когортный анализ.

#### **Тема 4. Инструменты для работы с продуктовой аналитикой.**

MS Excel. Google.Analytics и Яндекс. Метрика. AppMetrica. Amplitude. CRM-аналитика.

#### **Тема 5. Управление продуктом в области исследований.**



Планирование и проведение продуктовых исследований. Методы сбора и анализа данных для понимания потребностей пользователей и рыночных тенденций. Оценка результатов исследований. Создание плана развития продукта и управление реализацией. Определение ключевых этапов и задач. Согласование планов разработки и маркетинга продукта.



## 5.2. Учебно – тематический план

Очная форма обучения

| п/<br>п               | Наименование тем<br>(разделов)<br>дисциплины              | Трудоемкость в часах |                                          |        |                                      |                        |
|-----------------------|-----------------------------------------------------------|----------------------|------------------------------------------|--------|--------------------------------------|------------------------|
|                       |                                                           | Всего                | Контактная работа - Аудиторная<br>работа |        |                                      | Самостоятельная работа |
|                       |                                                           |                      | Общая,<br>в т.ч.:                        | Лекции | Семинары,<br>практические<br>занятия |                        |
| 1                     | Введение в продуктовую аналитику и ее роль в бизнесе.     | 20                   | 8                                        | 4      | 4                                    | 12                     |
| 2                     | Основные понятия продуктовой аналитики. Метрики продукта. | 41                   | 16                                       | 8      | 8                                    | 25                     |
| 3                     | Прикладная аналитика в бизнесе.                           | 41                   | 16                                       | 8      | 8                                    | 25                     |
| 4                     | Инструменты для работы с продуктовой аналитикой.          | 41                   | 16                                       | 8      | 8                                    | 25                     |
| 5                     | Управление продуктом в области исследований.              | 37                   | 12                                       | 6      | 6                                    | 25                     |
| В целом по дисциплине |                                                           | 180                  | 68                                       | 34     | 34                                   | 112                    |





### 5.3. Содержание семинаров, практических занятий

| Наименование тем<br>(разделов) дисциплины                 | Перечень вопросов для обсуждения на семинарах,<br>практических занятиях                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          | Формы проведения занятий                                                                         |
|-----------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Введение в продуктовую аналитику и ее роль в бизнесе.     | Значение продуктовой аналитики для бизнеса. Примеры успешного применения аналитики. Обзор карьерных перспектив в области продуктовой аналитики. Навыки и квалификации, необходимые для успеха.                                                                                                                                                                                                                                                                   | Устные ответы, решение ситуационных задач; групповая дискуссия, решение кейсов, защита проектов. |
| Основные понятия продуктовой аналитики. Метрики продукта. | Продуктовая гипотеза, пилот и MVP. Виды гипотез. MVP. Разработка, приоритезация и проверка гипотез. Ошибки при проверке продуктовых гипотез. Фича и хит.                                                                                                                                                                                                                                                                                                         | Устные ответы, решение ситуационных задач; групповая дискуссия, решение кейсов, защита проектов. |
| Прикладная аналитика в бизнесе.                           | Введение в маркетинговую аналитику. Анализ рынка digital-продуктов на открытых данных. Сравнение с конкурентами. Способы анализа продукта и продуктовых матриц. Инструменты комплексного анализа рынка. Оценка ёмкости рынка. Основные правила конкурентного анализа, ключевые показатели. Анализ конкурентных сил по Портеру. Направления конкурентного анализа и оценка конкурентных преимуществ. Особенности проведения исследований клиентов. KPI и метрики. | Устные ответы, решение ситуационных задач; групповая дискуссия, решение кейсов, защита проектов. |
| Инструменты для работы с продуктовой аналитикой.          | MS Excel. Google. Analytics и Яндекс.Метрика.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    | Устные ответы, решение ситуационных задач; групповая дискуссия, решение кейсов, защита проектов. |
| Управление продуктом в области исследований.              | Планирование и проведение продуктовых исследований. Методы сбора и анализа данных для понимания                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  | Устные ответы, решение ситуационных задач; групповая дискуссия, решение кейсов, защита проектов. |



| Наименование тем<br>(разделов) дисциплины | Перечень вопросов для обсуждения на семинарах,<br>практических занятиях              | Формы проведения занятий |
|-------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------|
|                                           | потребностей пользователей и рыночных тенденций.<br>Оценка результатов исследований. |                          |



**6. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине**

**6.1. Перечень вопросов, отводимых на самостоятельное освоение дисциплины, формы внеаудиторной самостоятельной работы**

| <b>Наименование тем (разделов) дисциплины</b>             | <b>Перечень вопросов, отводимых на самостоятельное освоение</b>                                                                                                                              | <b>Формы внеаудиторной самостоятельной работы</b>                      |
|-----------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------|
| Введение в продуктовую аналитику и ее роль в бизнесе.     | Решения, основанные на данных. Влияние аналитики на бизнес-стратегии. Анализ успешных и неудачных примеров использования данных в бизнесе.                                                   | Групповая дискуссия, решение бизнес-кейсов, защита групповых проектов. |
| Основные понятия продуктовой аналитики. Метрики продукта. | Аналитические фреймворки и система метрик продукта. Юнит-экономика и продуктовая аналитика. Метрики расходов. Метрики доходов. Расчет на пользователя и клиента. Плечи метрик и точки роста. | Групповая дискуссия, решение бизнес-кейсов, защита групповых проектов. |
| Прикладная аналитика в бизнесе.                           | Основные источники данных и методы их анализа. Сквозная аналитика. Методы сегментации клиентов и целевой аудитории. Введение в RFM-анализ. Введение в когортный анализ.                      | Групповая дискуссия, решение бизнес-кейсов, защита групповых проектов. |
| Инструменты для работы с продуктовой аналитикой.          | AppMetrica. Amplitude. CRM-аналитика.                                                                                                                                                        | Групповая дискуссия, решение бизнес-кейсов, защита групповых проектов. |
| Управление продуктом в области исследований.              | Создание плана развития продукта и управление реализацией. Определение ключевых этапов и задач. Согласование планов разработки и маркетинга продукта.                                        | Групповая дискуссия, решение бизнес-кейсов, защита групповых проектов. |



## **6.2. Перечень вопросов, заданий, тем для подготовки к текущему контролю**

### **Примерные варианты контрольной работы**

#### **Вариант 1.**

1. Перечислите и опишите основные продуктовые метрики.
2. Какие существуют типы гипотез?
3. Как рассчитывается ARPPU?

#### **Вариант 2.**

1. Опишите этапы процесса тестирования продуктовой гипотезы.
2. Приведите пример MVP.
3. Как рассчитывается AvPrice?

*Критерии балльной оценки различных форм текущего контроля успеваемости содержатся в соответствующих методических рекомендациях Кафедры стратегического и инновационного развития.*

### **Дополнительная информация**

#### **Примерный вариант тестирования**

##### **1. Модель – это:**

- а) максимальная информация об объекте исследования
- б) выбранный показатель исследования
- в) характеристика роли объекта исследования
- г) более простое представление объекта с целью изучения его главных свойств
- д) доступная информация об объекте управления

##### **2. К принципам контроля не относят:**

- а) своевременность и экономичность контроля
- б) открытость и объективность контроля
- в) централизация и децентрализация
- г) адекватность контроля содержанию деятельности
- д) функциональность и ответственность

##### **3. Гипотеза – это:**

- а) постулат, отражающий закономерность развития фирмы
- б) мнение эксперта, выраженная в гипотетической форме
- в) соображение, основанное на анализе фактов
- г) подлежащее проверке на истинность утверждение о наличии тех или иных причинно-следственных связей между определенными процессами или явлениями
- д) противоречивый тезис, раскрывающий какой-либо антагонизм

##### **4. Функционально-стоимостной анализ – это:**

- а) способ определения функций объекта исследования



б) универсальный метод анализа функций объекта, ориентированный на оптимизацию расходов, связанных с его функционированием

в) метод, позволяющий проектировать функционал объекта

г) прием, имеющий цель упростить функционирование объекта

д) способ декомпозиции функций объекта исследования

**5. Бенчмаркинг включает такие процессы, как:**

а) моделирование и ранжирование

б) анализ цены и сравнение стратегии

в) анализ и синтез

г) декомпозиция и проектирование

д) оценивание и сопоставление

**6. Минимально жизнеспособный продукт – это:**

а) тестовая версия товара с минимальным набором функций, которая несет ценность для конечного потребителя.

б) эталон продукта, представленный в минимальном размере

в) муляж товара, основанное на представлении аналитика

г) прообраз продукта, представленный в графической форме

д) функциональная модель товара, отражающая все важные функции



## 7. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине

Перечень компетенций с указанием индикаторов их достижения в процессе освоения образовательной программы содержится в разделе 2. «Перечень планируемых результатов освоения образовательной программы (перечень компетенций) с указанием индикаторов их достижения и планируемых результатов обучения по дисциплине».

**Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки индикаторов достижения компетенций, умений и знаний**

| Наименование компетенции                                                                                                                      | Наименование индикаторов достижения компетенции                        | Результаты обучения (умения и знания), соотнесенные с индикаторами достижения компетенции                                                               | Типовые контрольные задания                                                                                                                                                                                                                                                                         |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| ПKN-2. Способность применять математические методы для решения стандартных профессиональных задач, интерпретировать полученные математические | Демонстрирует знания математических методов, применяемых в менеджменте | <b>Знать:</b> классификацию математических методов<br><b>Уметь:</b> формировать математические модели для решения профессиональных управленческих задач | <b>Задание.</b><br>Разработайте модель минимально жизнеспособного продукта цифрового приложения. Какие математические методы следует использовать при проектировании цифрового продукта? Какие статистические методы рекомендуется использовать при разработке минимально жизнеспособного продукта? |
|                                                                                                                                               | Применяет математические методы и модели для обоснова-                 | <b>Знать:</b> математические методы и модели для обоснова-                                                                                              | <b>Задание.</b><br>Сформулируйте ценностное предложение для разработанного продукта, ответив последовательно на вопросы и заполнив список вопросов, представленный ниже. Исполь-                                                                                                                    |



| Наименование компетенции | Наименование индикаторов достижения компетенции                                              | Результаты обучения (умения и знания), соотнесенные с индикаторами достижения компетенции                                                                                 | Типовые контрольные задания                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |
|--------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| ческие результаты        | ния принятия управленческих решений                                                          | ния принятия управленческих решений<br><b>Уметь:</b> применять математические методы и модели для обоснования принятия управленческих решений                             | зуйте известные вам модели разработки ЦП. Помните, что ценностное предложение должно представлять собой не более одного-двух предложений:<br>– напишите от 3 до 5 преимуществ вашего продукта, то есть чем вы известны/что вы делаете хорошо;<br>– напишите от 3 до 5 аспектов, которые ожидает/хочет ваш потребитель от вашего продукта;<br>– напишите, к чему следует стремиться, чтобы удовлетворить потребности клиентов;<br>– составьте список из ключевых слов и фраз, которые важно включить при описании продукта в ценностное предложение. Подумайте об основных характеристиках, преимуществах, отличиях от конкурента вашего продукта;<br>– сформулируйте ценностное предложение (не более одного-двух предложений). |
|                          | Содержательно интерпретирует результаты, полученные при использовании математических моделей | <b>Знать:</b> особенности интерпретации результатов, полученных при использовании математических моделей<br><b>Уметь:</b> интерпретировать результаты, полученные при ис- | <b>Задание.</b><br>Протестируйте MVP и ЦП на представителях выбранной вами целевой аудитории. Поделитесь обнаруженными ошибками, находками, замечаниями, предложениями коллег в результате тестирования. После тестирования промежуточного варианта ценностного предложения на целевой аудитории, сформулируйте его финальную версию. Обоснуйте решение.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |



| Наименование компетенции                                                                              | Наименование индикаторов достижения компетенции                               | Результаты обучения (умения и знания), соотнесенные с индикаторами достижения компетенции                                                                                                                                                                                       | Типовые контрольные задания                                                                                                                                                                                                                                                              |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                                                                                                       |                                                                               | пользовании математических моделей                                                                                                                                                                                                                                              |                                                                                                                                                                                                                                                                                          |
| ПКП-2. Способность сопровождать и управлять продуктовыми исследованиями и исследованиями новых рынков | Проводит исследования по анализу продукта и возможности выхода на новые рынки | <b>Знать:</b> методы, методологии и фреймворки продуктовых исследований, которые могут быть использованы в анализе результатов технологических исследований<br><b>Уметь:</b> проводить анализ результатов, полученных в результате технологических исследований серии продуктов | <b>Задание.</b><br>Онлайн-школа оказывает услуги по изучению иностранных языков. Какие продуктовые методы исследований и какую информацию следует использовать при решении данного задания? Какие методы рекомендуется использовать при анализе возможности выхода школы на новый рынок? |
|                                                                                                       | Анализирует результаты технологических исследований серии продуктов           | <b>Знать:</b> особенности проведения технологических исследований серии продуктов                                                                                                                                                                                               | <b>Задание.</b><br>Выделите список прямых конкурентов и товаров-заменителей вашего продукта. Ответьте на вопросы о конкурентах (см. ниже). При заполнении графы "важность для потребителя" опросите минимум 5 потребителей. Не стоит описывать важность для по-                          |





| Наименование компетенции | Наименование индикаторов достижения компетенции | Результаты обучения (умения и знания), соотнесенные с индикаторами достижения компетенции | Типовые контрольные задания                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
|--------------------------|-------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                          |                                                 | <b>Уметь:</b> анализировать результаты технологических исследований серии продуктов       | требителя на основе своих представлений. Ваши гипотезы могут расходиться с реальностью.<br>– Кто является вашим основным конкурентом? Перечислите его преимущества<br>– В чем заключается важность его продукта для потребителя?<br>– Перечислите недостатки вашего основного конкурента<br>– Как недостатки вашего конкурента отражаются на важности для потребителя?<br>– Кто является вашим второстепенным конкурентом? Перечислите его преимущества.<br>– В чем заключается важность его продукта для потребителя?<br>– Перечислите недостатки вашего второстепенного конкурента<br>– Как недостатки вашего конкурента отражаются на важности для потребителя? |



## ***Примеры практико-ориентированных заданий***

### **Задание 1.**

Разработайте модель минимально жизнеспособного продукта на примере услуги страховой компании: выдача страхового полиса при приобретении квартиры. Какие математические методы следует использовать при решении данного задания? Какие статистические методы обработки данных следует использовать при разработке минимально жизнеспособного продукта?

### **Задание 2.**

Используя метод функциональностоимостного анализа, предложите новые и полезные блюда для расширения ассортимента студенческой столовой. Какие математические методы следует использовать при решении данного задания? Для получения достоверной информации каков должен быть объем выборки данного продуктового исследования.

### **Задание 3.**

Основной доход цветочного магазина – это продажа различных видов цветов. Для привлечения новых клиентов необходимо сделать продукты цветочного магазина более привлекательными. Это сопровождается ростом затрат на маркетинг и снижает маржинальность. Какую новую продуктовую стратегию вы можете предложить руководству цветочного магазина?

## ***Примеры вопросов для подготовки к промежуточной аттестации***

1. Понятие продуктовой гипотезы.
2. Сущность MVP. Отличие MVP от пилота.
3. Виды продуктовых гипотез.
4. Разработка MVP.
5. Процесс приоритезации и проверки гипотез.
6. Ошибки при проверки продуктовых гипотез.
7. Понятие «фича» и «хит».
8. Аналитические фреймворки и система метрик продукта.
9. Связь юнит-экономики и продуктовой аналитики.
10. Метрики расходов.
11. Метрики доходов.
12. Расчет на пользователя и клиента.
13. Плечи метрик и точки роста.
14. Способы анализа продукта и продуктовых матриц.



15. Инструменты комплексного анализа рынка.
16. Оценка ёмкости рынка.
17. Основные правила конкурентного анализа, ключевые показатели.
18. Анализ конкурентных сил по Портеру.
19. Направления конкурентного анализа и оценка конкурентных преимуществ.
20. Особенности проведения исследований клиентов.
21. KPI и метрики.
22. Основные источники данных и методы их анализа
23. Сквозная аналитика.
24. Методы сегментации клиентов и целевой аудитории.
25. Введение в RFM-анализ.
26. Введение в когортный анализ.
27. Инструменты для работы с аналитикой.

### **Пример экзаменационного билета**

#### **ЭКЗАМЕНАЦИОННЫЙ БИЛЕТ №**

**1. Теоретический вопрос (20 баллов).** Особенности проведения исследований клиентов.

**2. Тестовые задания (10 баллов).**

1. Соответствие этапов жизненного цикла продукта и их содержанию:

L1: Этап вывода товара на рынок

L2: Этап роста

L3: Этап зрелости

L4: Спад продаж

R1: характеризуется очень высокой степенью неопределенности результатов, маркетинговые усилия направлены на информирование потребителей и посредников о новом товаре, на этой стадии высокие затраты на маркетинг, издержки производства так же высоки в связи с малым объемом выпуска, прибыли на данном этапе нет

R2: характеризуется быстрым развитием продаж, ростом объема выпуска и реализации цены, маркетинговые затраты продолжают оставаться высокими, на данном этапе появляются конкуренты

R3: объем спроса достигает максимума, рынок на данном этапе сильно сегментирован, вероятность повторного технологического совершенствования или модификация товара наиболее эффективна

R4: снижение спроса, объем продаж и перспективы прибыли снижаются, сокращаются инвестиции, прекращается выпуск технологически устаревшего товара



**3. Tesla Motors - один из ведущих игроков рынка электромобилей, выпустил модель второго поколения Model S. Согласно классификации Э. Роджерса первые продажи этой модели были обеспечены...**

- а) поколением Y
- б) новаторами
- в) ранним большинством
- г) ранними последователями
- д) поколением Z

**3. Определите и верно расположите последовательность разработки нового продукта в маркетинге:**

- 1. поиск идей новых товаров
- 2. отбор идей
- 3. разработка концепции нового товара
- 4. разработка целевой программы маркетинга
- 5. разработка товара
- 6. испытания в рыночных условиях
- 7. производственное и коммерческое освоение

**4. При оценке вероятности выхода на рынок новых компаний, появление дополнительного производителя на рынке способствует...**

- а) снижению производительности отрасли и ведёт к снижению цен
- б) снижению производительности отрасли и ведёт к росту цен
- в) увеличению снижению производительности отрасли и ведёт к росту цен
- г) увеличению производительности отрасли и ведёт к снижению цен
- д) поддержке производительности отрасли и стабилизации цен

**5. «Пять сил конкуренции» М. Портера – это методика, применяющаяся для ...**

- а) анализа отраслей и выработки стратегии бизнеса
- б) анализа прямых конкурентов
- в) анализа потенциальных конкурентов
- г) оценки потенциала и емкости рынка
- д) сегментации рынка и позиционирования товара

**Практико-ориентированное задание (30 баллов).**

Компания Online System Group (OSG) разработала технологию управления интернетмагазином на базе учетной системы «1С». Руководство компании OSG рассчитывало, что лидерские позиции «1С» на российском рынке автоматизации малого и среднего бизнеса позволят ей успешно продвигать продукт, но пока надежды не оправдались. В течение двух лет OSG в качестве основной маркетинговой акции проводила бесплатные ежемесячные семинары для начинающих предпринимателей,



на которых описывала технологию открытия интернет-магазина. В марте проведение семинаров из-за низкой эффективности прекратилось. Новая целевая установка компании – повышение продаж малобюджетными способами.

**Задание. Ответьте на следующие вопросы.**

1. *Как OSG использовать потенциал созданной ею технологии и существенно увеличить продажи?*
2. *Где компании продолжить поиск потенциальных партнеров по продвижению продукции?*
3. *Какие методы малобюджетного интернет-маркетинга выбрать компании OSG для продвижение своей продукции?*



## **8. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины**

### ***Основная литература:***

1. Продакт-менеджмент [ Электронный ресурс ] : учебник для вузов / Баланов А. Н. Санкт-Петербург : Лань , 2024 668 с. Книга из коллекции Лань - Экономика и менеджмент <https://e.lanbook.com/book/402941> ISBN 978-5-507-48977-0
2. Азарова , Светлана Петровна Маркетинговые исследования: теория и практика : учебник для вузов / С. П. Азарова [и др.] ; под общей редакцией О. Н. Жильцовой. Электрон. дан. Москва : Юрайт , 2025 307 с ( Высшее образование ) URL: <https://urait.ru/bcode/560241> (дата обращения: 24.04.2025). Режим доступа: Электронно-библиотечная система Юрайт, для авториз. пользователей <https://urait.ru/bcode/560241> ISBN 978-5-534-16552-4 : 1239.00

### ***Дополнительная литература:***

1. Бизнес-аналитика: Статистическая обработка данных : Учебное пособие / М.Н. Толмачев, Э.Ю. Чурилова Электрон. дан. Москва : КноРус , 2024 283 с. Режим доступа: book.ru Internet access <https://book.ru/book/955151> ISBN 978-5-406-13350-7
2. Остервальдер , Александр Построение бизнес-моделей: Настольная книга стратега и новатора : Практическое пособие 2 Москва : ООО "Альпина Паблишер" , 2016 288 с. Аспирантура <https://znanium.com/catalog/document?id=265603> ISBN 978-5-9614-1844-6
3. Хотяшева , Ольга Михайловна Инновационный менеджмент : учебник и практикум для вузов / О. М. Хотяшева, М. А. Слесарев. 3-е изд. , пер. и доп Электрон. дан. Москва : Юрайт , 2024 326 с ( Высшее образование ) URL: <https://urait.ru/bcode/535910> (дата обращения: 08.04.2025). Режим доступа: Электронно-библиотечная система Юрайт, для авториз. пользователей <https://urait.ru/bcode/535910> ISBN 978-5-534-00347-5 : 1309.00
4. Чернышева , Анна Михайловна Управление продуктом : учебник и практикум для вузов / А. М. Чернышева, Т. Н. Якубова. Электрон. дан. Москва : Юрайт , 2025 368 с ( Высшее образование ) URL: <https://urait.ru/bcode/560140> (дата обращения: 24.04.2025). Режим доступа: Электронно-библиотечная система Юрайт, для авториз. пользователей <https://urait.ru/bcode/560140> ISBN 978-5-534-16619-4 : 1809.00



5. Чернышева , Анна Михайловна Управление продуктовой политикой : учебник и практикум для вузов / А. М. Чернышева, Т. Н. Якубова. Электрон. дан. Москва : Юрайт , 2025 182 с ( Высшее образование ) URL: <https://urait.ru/bcode/561067> (дата обращения: 24.04.2025). Режим доступа: Электронно-библиотечная система Юрайт, для авториз. пользователей <https://urait.ru/bcode/561067> ISBN 978-5-534-16620-0 : 1009.00
6. Гобарева , Яна Львовна Бизнес-аналитика средствами Excel : Учебное пособие : Учебное пособие / Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации 3 , перераб. и доп. Москва : Вузовский учебник , 2023 350 с. ВО - Бакалавриат <https://znanium.com/catalog/document?id=416504> ISBN 978-5-9558-0560-3 ISBN 978-5-16-103577-1 ( электр. издание ) ISBN 978-5-16-012770-5 ( ISBN соиздателя )

***Нормативные правовые акты:***

**9. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины**

1. Электронная библиотека Финансового университета (ЭБ) <http://elib.fa.ru/> (<http://library.fa.ru/files/elibfa.pdf>)
2. Электронно-библиотечная система BOOK.RU <http://www.book.ru>
3. Электронно-библиотечная система "Университетская библиотека ОНЛАЙН" <http://biblioclub.ru/>
4. "Деловая онлайн библиотека" издательства "Альпина Паблишер" <http://lib.alpinadigital.ru/en/library>
5. Образовательная платформа "ЮРАЙТ" <https://urait.ru/>
6. Научная электронная библиотека eLibrary.ru <http://elibrary.ru>
7. Информационно-образовательный портал Финуниверситета: <https://org.fa.ru>



## **10. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины**

Для успешного усвоения учебной дисциплины необходимо материалы, изложенные преподавателем на лекциях, закреплять в процессе выполнения практических занятий и в процессе самостоятельной работы, которой уделяется большое внимание. В процессе изучения данной учебной дисциплины в рамках системного подхода используются как традиционные, так и инновационные технологии, активные и интерактивные формы занятий: лекции-беседы, лекции с элементами проблемного изложения, лекции-дискуссии, семинары, решение практических ситуаций, самостоятельная работа с элементами научноисследовательской и творческой деятельности и др.

Задачами интерактивных форм обучения являются:

- эффективное усвоение учебного материала;
- самостоятельный поиск студентами путей и вариантов решения поставленной учебной задачи;
- установление взаимодействия между студентами, обучение работать в команде;
- формирование у студентов объективного мнения по изучаемой тематике;
- формирование жизненных и профессиональных навыков.

Студентам предоставляются лекционные материалы преподавателя с вопросами для закрепления материала по каждой изучаемой теме. Для выполнения практических заданий студенты получают условия практико-ориентированных заданий, решение которых будет способствовать получению практических навыков в области инструментария и методологии продуктовых исследований.

Цель организации самостоятельной работы по данной учебной дисциплине – это углубление и расширение знаний в области управления продуктовыми исследованиями. Самостоятельная работа студентов (СРС) является важнейшим видом освоения содержания дисциплины, подготовки к практическим занятиям и к экзамену. Сюда же относятся и самостоятельное углубленное изучение тем дисциплины. Самостоятельная работа студентов предполагает работу студентов, выполняемую по заданию и при методическом руководстве преподавателя, но без его непосредственного участия.

Выделяется два вида самостоятельных работ:

- контролируемая самостоятельная работа (КСР), направленная на углубление и закрепление знаний студентов по проблематике учебной дисциплины;
- обязательная самостоятельная работа (СРС), обеспечивающая подготовку студентов к текущим аудиторным занятиям.

Самостоятельная работа студентов реализуется:





- непосредственно в процессе аудиторных занятий
- на лекциях, практических и семинарских занятиях;
- в контакте с преподавателем вне рамок расписания - на консультациях по учебным вопросам, в ходе творческих контактов, при ликвидации задолженностей, при выполнении индивидуальных заданий и т.д.;
- в электронной образовательной среде – библиотеке, дома, в Департаменте при выполнении студентом учебных задач.

Выделенные часы для СРС используются для знакомства с дополнительной научной литературой по проблематике дисциплины, анализа научных концепций и современных подходов к решению рассматриваемых проблем. Задание к каждому занятию в рамках обязательной самостоятельной работы предполагает более углубленное изучение отдельных вопросов темы, подготовку к решению практических ситуаций на аудиторных занятиях.

К самостоятельной работе студентов также относится работа в библиотеке, электронных поисковых системах и т.п. по сбору материалов, необходимых для выполнения конкретных заданий преподавателя по изучаемым темам данной учебной дисциплины

#### Рекомендации по выполнению контрольной работы

Контрольная работа предназначена для закрепления, углубления и систематизации практических навыков, полученных студентами в ходе изучения дисциплины "Управление продуктовыми исследованиями и аналитика".

Эта деятельность, позволит проявить себя индивидуально (в исключительных случаях в группе), даёт возможность студентам попробовать свои силы, реализовать свои идеи и задумки, принести пользу или финансовую выгоду. Студент формулирует с помощью преподавателя интересующую его проблему, связанную с продуктовым исследованием, когда результат этой деятельности — найденный способ решения проблемы — носит практический характер, имеет важное прикладное значение и, что весьма важно, интересен и значим для самих открывателей.

В ходе реализации контрольной работы студент самостоятельно и на занятиях отрабатывает различные формы документов из которых складываются иницирующая и планирующая часть проекта. Формы для заполнения разрабатываются преподавателем и выдаются студентам перед началом контрольной работы. Все аналитические задачи, решаемые в ходе инициации и планирования работы должны включать самостоятельно проведенный анализ рассматриваемых разделов с использованием концепций и аналитического инструментария, которым владеет студент и показывать готовность студента решать данные задачи на практике.

Контрольная работа выполняется студентом самостоятельно и по мере разработки по элементам представляется преподавателю. Итогом становится



обоснование и планирующая часть проекта, который в случае реализации принесёт практическую пользу студенту или организации, заказавшей проект. Защита представленных в работе материалов производится на семинарском занятии перед группой и преподавателем в виде публичного доклада, в котором отражаются основные элементы проекта и концентрируется внимание на методике разработки проекта, на соблюдении последовательности разработки и её полноте. Баллы за проект входят в 40 баллов, которые студент получает за текущую работу над дисциплиной.



**11. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень необходимого программного обеспечения и информационных справочных систем**

**Комплект лицензионного программного обеспечения:**

1. Пакет офисных программ
2. Kaspersky

**Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы**

1. Информационно-правовая система «Гарант»
2. Информационно-правовая система «Консультант Плюс»
3. Электронная энциклопедия: <http://ru.wikipedia.org/wiki/Wiki>
4. Система комплексного раскрытия информации «СКРИН» - <http://www.skrin.ru/>

**Сертифицированные программные и аппаратные средства защиты информации**

1. не предусмотрены

**12. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине**

1. **Учебная аудитория** для проведения учебных занятий, предусмотренных программой, в том числе групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, оснащенная оборудованием и техническими средствами обучения: мебель аудиторная (столы, стулья, доска аудиторная), набор демонстрационного оборудования (проектор, экран)
2. **Помещение для самостоятельной работы** обучающихся оснащенное компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа к электронной информационно-образовательной среде Университета.
3. **Компьютерный класс** для проведения учебных занятий, предусмотренных программой, в том числе групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, оснащенный оборудованием и техническими средствами обучения: мебель аудиторная (столы, стулья, доска аудиторная), персональные компьютеры, набор демонстрационного оборудования (проектор, экран)