

**ГОУ ВПО Российско-Армянский (Славянский)  
университет**



**УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКИЙ КОМПЛЕКС ДИСЦИПЛИНЫ**

**Наименование дисциплины: Управление цифровыми продуктами**

**Автор (ы) Григорян Рузанна Арташесовна**  
*Ф.И.О, ученое звание (при наличии), ученая степень (при наличии)*

**Направление подготовки: 38.03.04 Менеджмент**  
**Наименование образовательной программы: Менеджмент**

# 1. АННОТАЦИЯ

## 1.1. Краткое описание содержания данной дисциплины;

Курс посвящен основам и практикам управления цифровыми продуктами — от идеи до запуска и масштабирования.

В рамках курса рассматриваются:

- ключевые принципы продуктового подхода и роль Product Manager
- жизненный цикл цифрового продукта: от гипотезы до роста
- определение целевой аудитории, формирование ценностного предложения и построение Customer Journey
- разработка и проверка продуктовых гипотез, создание MVP и проведение экспериментов
- основные продуктовые метрики и подходы к анализу данных
- формирование продуктовой стратегии, roadmap и приоритизация задач
- организация работы продуктовой команды и применение Agile-подходов
- процессы запуска продукта (Go-To-Market) и его дальнейшего развития

Особое внимание уделяется практическим заданиям, направленным на развитие навыков анализа пользователей, формулирования гипотез, работы с метриками и принятия продуктовых решений.

## 1.2. Трудоемкость в академических кредитах и часах, формы итогового контроля (экзамен/зачет);

Трудоемкость – 16 лекционных, 16 практических часов, итого 72 часа

## 1.3. Взаимосвязь дисциплины с другими дисциплинами учебного плана специальности (направления) – дисциплина «Управление цифровыми продуктами» служит основой для более углубленного изучения следующих дисциплин:

- **Инновационный менеджмент**
- **Стартап инжиниринг**
- **Маркетинг**
- **Цифровая трансформация бизнеса**

Таким образом, дисциплина обеспечивает системное понимание процессов создания, развития и управления цифровыми продуктами, объединяя управленческие, маркетинговые и технологические подходы.

#### 1.4. Результаты освоения программы дисциплины:

Код компетенции (в соответствии рабочим с учебным планом)	Наименование компетенции (в соответствии рабочим с учебным планом)	Код индикатора достижения компетенций (в соответствии рабочим с учебным планом)	Наименование индикатора достижений компетенций (в соответствии рабочим с учебным планом)
ОПК-2	Способен осуществлять сбор, обработку и анализ данных, необходимых для решения поставленных управленческих задач, с использованием современного инструментария и интеллектуальных информационно-аналитических систем;	ОПК-2.1;  ОПК-2.2;  ОПК-2.3;	Знает методы сбора, обработки и анализа данных, необходимых для решения управленческих задач, современные интеллектуально-поисковые системы, программные продукты для решения профессиональных задач  Умеет выбирать и использовать адекватные содержанию профессиональных задач методы обработки и анализа данных, оценивать возможности и целесообразность использования цифровых технологий в деятельности организации  Владеет навыками использования современного инструментария обработки и интеллектуального анализа информации, необходимых для решения поставленных управленческих задач
ОПК-5	Способен использовать при решении профессиональных задач современные	ОПК-5.1;	Знает основные методы и модели информационно-

	<p>информационные технологии и программные средства, включая управление крупными массивами данных и их интеллектуальный анализ.</p>	<p>ОПК-5.2;</p> <p>ОПК-5.3;</p>	<p>коммуникационных технологий для разработки мероприятий по повышению эффективности деятельности организации</p> <p>Умеет использовать современные информационные технологии и программные средства; проводить интеллектуальный анализ данных в рамках профессиональных задач</p> <p>Владеет способами решения профессиональных задач; навыками осуществления интеллектуального анализа, используя крупные массивы данных</p>
ОПК-6	<p>Способен понимать принципы работы современных информационных технологий и использовать их для решения задач профессиональной деятельности.</p>	<p>ОПК-6.1;</p> <p>ОПК-6.2;</p>	<p>Знает процессы, методы поиска, сбора, хранения, обработки, представления, распространения информации и способы осуществления таких процессов и методов (информационные технологии); современные инструментальные среды, программно-технические платформы и программные средства, в том числе системы искусственного интеллекта, используемые для решения задач профессиональной деятельности, и принципы их работы</p> <p>Умеет выбирать и использовать современные информационно-коммуникационные и интеллектуальные технологии, инструментальные среды, программно-технические</p>

		ОПК-6.3;	<p>платформы и программные средства для решения задач профессиональной деятельности; анализировать профессиональные задачи, выбирать и использовать подходящие информационные технологии</p> <p>Владеет навыками работы с данными с помощью информационных технологий; навыками применения современных информационно-коммуникационных и интеллектуальных технологий,</p>
ПК-9	Способен организовать управление различными видами деятельности предприятия (организации), включая организацию внедрения технологических и продуктовых инноваций или программу организационных изменений	<p>ПК-9.1;</p> <p>ПК-9.2;</p> <p>ПК-9.3</p>	<p>Участствует в управлении инновационными проектами с применением современных инструментов инновационного менеджмента</p> <p>Разрабатывает методы внедрения технологических и продуктовых инноваций в управлении организацией</p> <p>Выявляет организационные изменения в различных видах деятельности предприятия для реализации инновационных проектов</p>

## 2. УЧЕБНАЯ ПРОГРАММА

### 2.1. Цели и задачи дисциплины

Цель дисциплины сформировать у студентов понимание ключевых принципов управления цифровыми продуктами. В ходе занятия студенты познакомятся с основными подходами продуктового мышления и научатся применять их на практике. Особое внимание уделяется развитию навыков анализа пользователя, формированию ценности продукта и принятию обоснованных продуктовых решений.

Задачи дисциплины сформировать у студентов системное понимание управления цифровыми продуктами и продуктового подхода. В рамках курса студенты изучают методы анализа пользователей, формирование ценностного предложения, разработку и проверку гипотез, а также основы продуктовой аналитики и приоритизации. Особое внимание уделяется развитию практических навыков создания, запуска и развития цифровых продуктов.

## 2.2. Трудоемкость дисциплины и виды учебной работы (в академических часах и зачетных единицах)

Виды учебной работы	Всего, в акад. часах	Распределение по семестрам					
		— сем	— сем	— сем	— сем.	— сем	6 сем.
1	2	3	4	5	6	7	8
<b>1. Общая трудоемкость изучения дисциплины по семестрам, в т. ч.:</b>	<b>72</b>						<b>72</b>
1.1. Аудиторные занятия, в т. ч.:	<b>32</b>						<b>32</b>
1.1.1. Лекции	<b>16</b>						<b>16</b>
1.1.2. Практические занятия, в т. ч.	<b>16</b>						<b>16</b>
1.2. Самостоятельная работа, в т. ч.:	<b>40</b>						<b>40</b>
Итоговый контроль	<b>Зачет с оценкой</b>						<b>Зачет с оценко й</b>

## 2.3. Содержание дисциплины

### 2.3.1. Тематический план и трудоемкость аудиторных занятий (модули, разделы дисциплины и виды занятий) по рабочему учебному плану

Разделы и темы дисциплины	Всего (ак. часов)	Лекци и(ак. часов)	Практ. Заняти я (ак. часов)
1	2=3+4+5 +6+7	3	6
Тема 1. Введение в управление цифровыми продуктами	<b>8</b>	<b>2</b>	<b>6</b>
Тема .2 Жизненный цикл цифрового продукта	<b>8</b>	<b>2</b>	<b>6</b>
Тема 3. Пользователь и ценность продукта + Customer Journey	<b>8</b>	<b>2</b>	<b>6</b>

Тема 4. Продуктовые гипотезы, MVP и эксперименты	8	2	6
Тема 5. Понять роли в продуктовой команде и принципы Agile	8	2	6
Тема 6. Аналитика продукта и метрики	2	2	6
Тема 7. Стратегия продукта, Roadmap и приоритизация	2	2	6
Тема 8. Запуск продукта, развитие и итоговые презентации	2	2	6
<b>ИТОГО</b>	<b>32</b>	<b>16</b>	<b>16</b>

### 2.3.2. Краткое содержание разделов дисциплины в виде тематического плана

#### **Тема 1. Введение в управление цифровыми продуктами**

В данном разделе рассматриваются основы управления цифровыми продуктами, включая определение цифрового продукта и его ключевые характеристики. Раскрываются отличия продуктового подхода от проектного управления, а также роль и зона ответственности Product Manager в современной организации. Особое внимание уделяется пониманию ценности продукта для пользователя и бизнеса, а также месту продуктового управления в цифровой трансформации компаний.

#### **Тема 2. Жизненный цикл цифрового продукта**

В данном разделе рассматриваются основные этапы жизненного цикла цифрового продукта: от генерации идеи и проверки гипотез до создания MVP, запуска, роста и масштабирования. Анализируются особенности каждого этапа, ключевые задачи продуктовой команды и роль данных в принятии решений. Особое внимание уделяется адаптации стратегии и приоритетов продукта в зависимости от стадии его развития.

#### **Тема 3. Пользователь и ценность продукта + Customer Journey**

В данном разделе рассматриваются подходы к определению целевой аудитории и сегментации пользователей, а также методы создания пользовательских персон (personas). Раскрываются принципы формирования ценностного предложения и различие между ценностью и функциональностью продукта. Особое внимание уделяется построению Customer Journey Map, анализу точек взаимодействия с продуктом и выявлению болевых точек пользователя для улучшения пользовательского опыта.

#### **Тема 4. Продуктовые гипотезы, MVP и эксперименты**

В данном разделе рассматриваются принципы формирования продуктовых гипотез и подходы к их проверке. Раскрываются методы поиска и валидации пользовательских проблем (Problem/Solution Fit), а также роль MVP как инструмента быстрого тестирования

идей. Особое внимание уделяется проведению экспериментов, включая быстрые и недорогие способы проверки гипотез, и принятию решений на основе полученных данных.

### **Тема 5. Понять роли в продуктовой команде и принципы Agile**

Понять ключевые роли в продуктовой команде и их зоны ответственности, а также освоить основные принципы Agile-подхода. Сформировать представление о взаимодействии участников команды, процессе планирования и совместной работе над продуктом.

### **Тема 6. Аналитика продукта и метрики**

В данном разделе рассматриваются ключевые подходы к анализу цифровых продуктов и роли данных в принятии продуктовых решений. Изучаются основные продуктовые метрики, включая retention, engagement, conversion и churn, а также концепция North Star Metric и модель AARRR. Особое внимание уделяется различию между vanity и actionable метриками и использованию аналитики для оценки эффективности и развития продукта.

### **Тема 7. Стратегия продукта, Roadmap и приоритизация**

В данном разделе рассматриваются принципы формирования продуктовой стратегии и определения долгосрочного видения продукта. Изучаются подходы к созданию roadmap, включая различие между outcome- и feature-ориентированными планами, а также основы работы с backlog и user stories. Особое внимание уделяется методам приоритизации (MoSCoW, RICE, ICE) и принятию обоснованных решений о развитии продукта.

### **Тема 8. Запуск продукта, развитие и итоговые презентации**

В данном разделе рассматриваются ключевые этапы запуска цифрового продукта, включая подготовку к релизу и подходы Go-To-Market (soft launch и hard launch). Изучаются методы взаимодействия с маркетингом и продажами, а также подходы к сбору и анализу пользовательской обратной связи. Особое внимание уделяется развитию продукта на основе данных и итоговой презентации продуктовых решений, в рамках которой студенты демонстрируют приобретенные знания и навыки.

#### **2.3.1. Краткое содержание семинарских/практических занятий/лабораторного практикума**

Практические занятия направлены на закрепление теоретических знаний и развитие прикладных навыков в области управления цифровыми продуктами. В ходе занятий студенты выполняют задания по анализу целевой аудитории, разработке пользовательских персон, построению Customer Journey, формулированию продуктовых гипотез и проектированию MVP.

Особое внимание уделяется работе с продуктовой аналитикой, определению ключевых метрик, а также применению методов приоритизации и планирования roadmap. В рамках практикума студенты моделируют реальные продуктовые ситуации, принимают решения на основе данных и презентуют результаты своей работы.

### 2.3.2. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Цифровая доска для проведения занятий и совместной работы студентов, презентационные материалы по каждой теме курса.

### 2.4. Модульная структура дисциплины с распределением весов по формам контролей

Формы контролей	Вес формы (форм) текущего контроля в результирующей оценке текущего контроля (по модулям)		Вес формы промежуточного контроля в итоговой оценке промежуточного контроля		Вес итоговой оценки промежуточного контроля в результирующей оценке промежуточных контролей		Вес итоговой оценки промежуточного контроля в результирующей оценке промежуточных контролей (семестровой оценке)		Вес результирующей оценки промежуточных контролей и оценки итогового контроля в результирующей оценке итогового контроля	
	M1 <sup>1</sup>	M2	M1	M2	M1	M2				
<b>Вид учебной работы/контроля</b>										
Контрольная работа <i>(при наличии)</i>										
Устный опрос <i>(при наличии)</i>										
Тест <i>(при наличии)</i>										
Лабораторные работы <i>(при наличии)</i>										
Письменные домашние задания <i>(при наличии)</i>										
Реферат <i>(при наличии)</i>										
Эссе <i>(при наличии)</i>										
Проект <i>(при наличии)</i>		1								
<i>Другие формы (при наличии)</i>										

<sup>1</sup> Учебный Модуль

Веса результирующих оценок текущих контролей в итоговых оценках промежуточных контролей								
Веса оценок промежуточных контролей в итоговых оценках промежуточных контролей								
Вес итоговой оценки 1-го промежуточного контроля в результирующей оценке промежуточных контролей								
Вес итоговой оценки 2-го промежуточного контроля в результирующей оценке промежуточных контролей								
Вес результирующей оценки промежуточных контролей в результирующей оценке итогового контроля								0,5
<b>Вес итогового контроля (Экзамен/зачет) в результирующей оценке итогового контроля</b>								0,5
	$\sum = 1$	$\sum = 1$	$\sum = 1$	$\sum = 1$	$\sum = 1$	$\sum = 1$	$\sum = 1$	$\sum = 1$

### 3. Теоретический блок (указываются материалы, необходимые для освоения учебной программы дисциплины)

#### 3.1. Материалы по теоретической части курса

- 3.1.1. Учебник(и);
- 3.1.2. Учебное(ые) пособие(я);
- 3.1.3. Курс лекций;
- 3.1.4. Краткие конспекты лекций;
- 3.1.5. Электронные материалы (электронные учебники, учебные пособия, курсы и краткие конспекты лекций, презентации PPT и т.п.);

Презентационные материалы по каждой теме курса

Источники

- Inspired: How to Create Tech Products Customers Love — Marty Cagan
- The Lean Startup — Eric Ries
- Value Proposition Design — Alexander Osterwalder
- Hooked: How to Build Habit-Forming Products — Nir Eyal
- Google — материалы по управлению продуктами
- McKinsey & Company — исследования в области цифровых продуктов

- Harvard Business Review — статьи по продуктовой стратегии и инновациям
  - Авторские материалы и практический опыт
- 3.1.6. Глоссарий/терминологический словарь;
- 3.1.7. др. варианты материалов, необходимых для освоения учебной программы дисциплины.

#### **4. Фонды оценочных средств (указываются материалы, необходимые для проверки уровня знаний в соответствии с содержанием учебной программы дисциплины).**

- 4.1.** Планы практических и семинарских занятий
- 4.2.** Планы лабораторных работ и практикумов
- 4.3.** Материалы по практической части курса
- 4.3.1. Учебно-методические пособия;
- 4.3.2. Учебные справочники;
- 4.3.3. Задачники (практикумы);
- 4.3.4. Наглядно-иллюстративные материалы;
- 4.3.5. др. виды материалов.
- 4.4.** Вопросы и задания для самостоятельной работы студентов

##### **Задача проекта:**

Студентам необходимо в командах разработать продуктовую идею и пройти ключевые этапы продуктового процесса — от определения пользователя и проблемы до формирования решения и планирования развития продукта.

В рамках проекта студенты должны:

- определить целевую аудиторию и создать пользовательскую персону
- сформулировать проблему и ценностное предложение
- предложить концепцию MVP продукта
- сформулировать продуктовые гипотезы
- определить ключевые метрики
- разработать базовый roadmap развития продукта

##### **Результат:**

Команды представляют итоговую презентацию проекта, демонстрируя понимание продуктового подхода и способность применять изученные инструменты на практике.

#### **5. Методический блок**

##### **5.1. Методика преподавания**

- 5.1.1. Методические рекомендации для студентов по подготовке к семинарским, практическим или лабораторным занятиям, по организации самостоятельной работы студентов при изучении конкретной дисциплины.

Для эффективного освоения дисциплины студентам рекомендуется:

- изучать лекционные материалы и дополнительные источники
- выполнять практические задания и участвовать в групповой работе
- анализировать реальные цифровые продукты и их пользовательский опыт

- применять полученные знания при выполнении итогового проекта
- развивать навыки самостоятельного поиска и анализа информации