

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Прокопеня Вероника Константиновна

Должность: Руководитель управления по образовательной деятельности

Дата подписания: 01.09.2026 15:37:16

Уникальный программный ключ:

60c714e1d9c6ef31acf885039ed32a2dec1d6aa8

Негосударственное образовательное учреждение высшего образования

«Школа управления СКОЛКОВО»

Утверждено

Руководитель управления
по образовательной деятельности

В.К. Прокопеня

“30” июля 2026 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Управление продуктами

Москва
2026

Направление подготовки	38.03.02 Менеджмент
Квалификация выпускника	Бакалавр
Образовательная программа	Управление и предпринимательство 2024, 2025, 2026
Форма обучения	Очная

Трудоемкость		Контактная работа		Самостоятельная работа	Форма контроля
з.е.	часы	лекции	семинарские занятия		
2	72	12	12	48	Экзамен

1. АННОТАЦИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Курс «Управление продуктами» направлен на формирование у студентов знаний и навыков, необходимых для управления продуктом на всех этапах его жизненного цикла: от идеи до поддержки и развития. Студенты познакомятся с границами применимости продуктового подхода, основными инструментами и методами управления продуктами, такими как Agile и SCRUM, Lean Startup, бизнес-модели, MVP и т.д. Цель курса – предоставить студентам фундаментальные знания и практические навыки управления продуктом, включая его планирование, разработку и продвижение на рынок.

2. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

В случае успешного освоения курса студенты будут:

знать

- основные концепции и инструменты управления продуктами;
- методологию разработки продуктов;
- основные этапы жизненного цикла продукта;
- принципы разработки и управления продуктом.

уметь

- применять инструменты управления продуктом, разрабатывать стратегии и планировать выпуск новых функций;
- составлять продуктовый план и вести основную документацию на протяжении жизненного цикла продукта.

владеть

- навыком анализа потребностей рынка и пользователей;
- навыками разработки пользовательских историй и взаимодействия с различными стейкхолдерами.

Дисциплина направлена на развитие следующих компетенций и их индикаторов:

Код компете	Формулировка компетенции и/или ее индикатора (ов)
-------------	---

нции	
ПК-2.	Способен организовывать процесс создания и продвижения продуктов
ПК-2-1.	Разрабатывает и контролирует исполнение бизнес-плана на протяжении жизненного цикла продукта
ПК-2-2.	Выбирает оптимальную бизнес-модель для вывода продукта на рынок
ПК-2-3.	Организует процесс продвижения продуктов, в том числе с помощью инструментов цифрового маркетинга
ПК-7.	Способен проводить исследования для вывода на рынок инновационных продуктов
ПК-7-1.	Формулирует цели и задачи, составляет план, выбирает методы и инструменты исследования
ПК-7-2.	Исследует различные объекты по заданной/выбранной методике, представляет результаты исследования

3. СОДЕРЖАНИЕ И СТРУКТУРА ДИСЦИПЛИНЫ

Название раздела/темы	Всего часов	Трудоемкость (час.) по видам учебных занятий			
		Контактная работа			Самостоятельная работа
		Всего	Лекции	семинары	
Тема 1. Основные управленческие рамки: проекты, процессы, продукты	14	6	4	2	8
Тема 2. Введение в управление продуктами	14	4	2	2	10
Тема 3. Обзор основных подходов и этапов создания и развития продукта	16	6	2	4	10
Тема 4. Основные инструменты и методы развития продукта	14	4	2	2	10

Тема 5. Работа с клиентом	14	4	2	2	10
Итого	72	24	12	12	48

Тема 1. Основные управленческие рамки: проекты, процессы, продукты
Различные подходы к планированию, организации и контролю работы команд. Модель SYNEFIN для выбора адекватного подхода.

Тема 2. Введение в управление продуктами

Краткая история продуктового подхода. Продуктовый подход: Определения, предпосылки и контекст.

Тема 3. Обзор основных подходов и этапов создания и развития продукта

Деловая игра «Марсианские хроники». Agile и SCRUM. Жизненный цикл развития продукта. Lean Startup.

Тема 4. Основные инструменты и методы развития продукта

Бизнес-модели. Канвас Остервальдера и Lean Canvas. Исследования в жизни продукта. Виды гипотез. HADI цикл. Формулировка гипотез. Способы приоритизации в продуктовой разработке. Работа с метриками и экономикой. MVP.

Тема 5. Работа с клиентом

Сегментация потребителей. Целевая аудитория. Позиционирование продукта. Каналы контактов с целевой аудиторией. CJM. Пользовательские истории. Дизайн-мышление.

4. ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА И ПРИМЕРЫ ЗАДАНИЙ ДЛЯ ОЦЕНКИ РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

4.1 Текущий контроль

Оценка за курс складывается из следующих видов заданий текущего контроля, каждый из которых имеет вес общей оценке:

Компоненты	Процент в общей оценке
Посещаемость и активное участие	20%
Групповые проектные работы. Взаимная оценка (P2P)	20%
Групповые проектные работы. Результаты	60%

Если по результатам текущего контроля студент получил положительную оценку (не ниже «удовлетворительно»), оценка за промежуточную аттестацию выставляется автоматически.

Посещаемость и активное участие

Ожидается, что студенты будут активно посещать и участвовать в сессиях, обсуждениях и делиться своим опытом в течение курса. Принимаются во внимание продуманные и аргументированные вопросы, адресованные преподавателю и всем присутствующим в аудитории. Посещаемость также учитывается и влияет на оценку за активное участие. Пропуск или опоздания на сессии модуля повлияют на финальную оценку за активное участие.

Групповые проектные работы. Взаимная оценка (P2P)

В конце курса каждый участник групповой работы ставит студентам, которые работали с ним в группе оценку от 1 до 10. Где 1 – минимальный вклад в достижение целей командной работы, 10 – максимальный вклад.

Групповые проектные работы. Результаты

В рамках курса студенты будут прорабатывать в группе выбранный продукт. В конце они должны будут представить презентацию по своему продукту.

Критерии оценки работ:

1. Полнота покрытия изученных моделей и концепций
2. Глубина и качество анализа Видения продукта (Lean Canvas)
3. Глубина и качество анализа клиентов
4. Обоснованность предложенных гипотез и метрик
5. Обоснованность предложенной системы управления продуктом
6. Качество анализа аналогичных провалившихся продуктов и предложенных извлеченных уроков.

4.2 Промежуточная аттестация

Студентам, набравшим достаточные для удовлетворительной оценки баллы за текущий контроль, оценка за дисциплину выставляется равной оценке за текущий контроль (См. п. 4.1).

Студентам, получившим неудовлетворительную оценку по результатам текущего контроля, необходимо по согласованию с преподавателем сдать один или несколько компонентов текущего контроля. Преподаватель вправе предложить студентам выполнить задание, не повторяющее задание текущего контроля, но проверяющее аналогичные знания, умения и навыки.

4.3 Примеры заданий

Примеры тем для дискуссии

1. Кто является успешным менеджером продукта?
2. Сопротивления при внедрении CustDev
3. Выбор сегмента ЦА и поиск кандидатов для интервью
4. Правильный продукт для правильного клиента
5. Можно ли сделать CustDev непрерывным?
6. Как структурировать данные о продукте?

5. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

5.1 Литература

1. Чернышева, А. М. Управление продуктом : учебник и практикум для вузов / А. М. Чернышева, Т. Н. Якубова. — Москва : Издательство Юрайт, 2025.
2. Чернышева, А. М. Управление продуктовой политикой : учебник и практикум для вузов / А. М. Чернышева, Т. Н. Якубова. — Москва : Издательство Юрайт, 2025.

5.2 Электронные образовательные ресурсы

Материалы дисциплины размещены в LMS: <https://l.skolkovo.ru/login/index.php>.

6. ЛИЦЕНЗИОННОЕ И СВОБОДНО РАСПРОСТРАНЯЕМОЕ ПРОГРАММНОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ (в том числе отечественного производства)

Операционная система Simple Linux, браузер Yandex браузер, антивирусное ПО Calmantivirus.

Свободно распространяемое ПО, в том числе отечественного производства:

Офисный пакет Libre Office, Okular PDF Reader, 7-Zip Архиватор, GIMP Редактирования фотографий, Inkscape Векторная графика, Blender 3D графика, Kdenlive Видеоредактор,

Audacity Аудиоредактор, VLC Медиаплеер, Thunderbird Почтовый клиент, Flameshot
Создание скриншотов.

7. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа, оснащенная мультимедийным оборудованием, учебной мебелью, доской или со стенами с маркерным покрытием.

Учебная аудитория для проведения занятий семинарского типа, оснащенная мультимедийным оборудованием, учебной мебелью, доской или со стенами с маркерным покрытием.

Аудитория (коворкинг) для самостоятельной работы, оснащенная учебной мебелью, ноутбуками.

Материально-техническое обеспечение аудиторий представлено на официальном сайте <https://bbask.ru/sveden/objects/>.