

УТВЕРЖДЕНА

Приказом Ректора АНО ВО
«Центральный университет»
Ивашкевич Е.В.
от «19» января 2024 г. № 0119.37

**Рабочая программа дисциплины (модуля)
«Продуктовая студия»
дополнительной профессиональной программы – программы
профессиональной переподготовки «Академия data science»**

Траектория: Машинное обучение

**Москва
2024**

Содержание

1. Краткая характеристика дисциплины (модуля)	3
2. Тематический план	5
3. Содержание дисциплины (модуля)	5
4. Учебно-методическое обеспечение	7
5. Материально-техническое обеспечение	7
6. Методические и оценочные материалы	9

1. Краткая характеристика дисциплины (модуля)

Изучение дисциплины (модуля) «Продуктовая студия» позволяет слушателям развить навыки креативного мышления и практического подхода к созданию и запуску продуктов, что критически важно для успешной реализации идей на рынке. Эта дисциплина (модуль) также обучает работе в команде, управлению проектами и пониманию потребностей пользователей, что способствует созданию востребованных и конкурентоспособных продуктов.

Цель изучения дисциплины (модуля): формирование практических навыков разработки, тестирования и вывода на рынок инновационных продуктов, а также понимание процессов, связанных с управлением продуктами и взаимодействием с целевой аудиторией.

Задачи изучения дисциплины (модуля):

— формирование знаний и развитие понимания по темам: определение продуктового менеджмента и его значение в компании, основные задачи и функции продуктового менеджера, основные принципы и подходы к продуктовому менеджменту, гипотеза, типы и источники гипотез, методы и инструменты исследования рынка, методологии MVP и RAT, глубинное интервью и способы его проведения, суть концепции продуктовой аналитики, ее цели и задачи, метрики, их типы и особенности;

— освоение умений аргументированно выдвигать предположения об успешности будущего продукта (проекта, бизнеса), на базовом уровне проводить исследования рынка и анализировать конкурентов согласно сформулированным гипотезам, проводить STEEPLE-анализ, проводить SWOT-анализ и PEST-анализ, разложить воронку по продукту на ключевые этапы (определить основные шаги сценария пользователя), определять ключевые метрики по продукту и выстраивать связи между ними, строить иерархию метрик продукта;

— формирование навыков: на базовом уровне составлять дизайн исследования и реализовать его, организовывать процесс работы с метриками продукта, организовывать выбор модели монетизации и подсчет юнит-экономики в продукте, приоритезировать бэклог, описывать действия пользователей и создавать прототипы, тестировать и оптимизировать пользовательский опыт;

— освоение знаний о структуре для работы с дизайном исследования, типах качественных и количественных исследований, определении и функциях модели монетизации продукта, основных типах моделей монетизации продуктов, основных типах метрик в юнит-экономике, основах юнит-экономики и способы использования её для развития продукта, методах определения цели и миссии продукта, способах выбора стратегии развития продукта, способах формирования УТП продукта;

— формирование умений различать качественные и количественные виды исследований, грамотно проводить глубинное интервью, составлять структуру дизайна исследования, правильно выбирать тип монетизации продукта, корректно читать и просчитывать базовую юнит-экономику (по шаблону) и находить слабые места (взаимосвязи между метриками, сходимости);

— формирование и знаний и развитие понимания тем: основные принципы создания удобного и интуитивно понятного дизайна, основы проведения АВ-тестов и ключевые метрики для них, использование тестов в работе с гипотезами, ключевые роли продуктовой команды, способы сбора продуктовой команды в зависимости от типа и задач продукта, бэклог и как его приоритезировать, ключевые принципы гибких методологий разработки, этапы карьерного развития продуктового менеджера, модель GROW и как ее применять в развитии себя как продуктового менеджера;

— приобретение навыков и опыта описания действий пользователей и создания прототипов, тестирования и оптимизации пользовательского опыта, разработки гипотез для проведения А/В-тестов с учётом статистической значимости, настройки тестовых групп и

контрольных групп, а также выбора правильного размера выборки, использования базовых инструментов для проведения и анализа результатов А/В-тестирования, определения, какие роли должны быть в продуктовой команде в зависимости от типа продукта, формирования УТП продукта, составления базового плана развития себя как продуктового менеджера.

2. Тематический план

№ п/п	Наименование раздела дисциплины (модуля)	Трудоемкость, академические часы				ТКУ (текущий контроль успеваемости)
		Очная форма				
		Аудиторная работа		Контроль	Самостоя тельная работа	
Лекции	Семинары (практичес кие занятия)					
1	Введение в продуктовый менеджмент	4	5		14	Домашние задания
2	Исследование рынка и анализ конкурентов	4	5		14	Домашние задания
3	Пользовательские исследования	4	5		14	Домашние задания
4	Продуктовая аналитика и иерархия метрик	4	5		14	Домашние задания
5	Модели продуктов и их монетизация. Юнит-экономика	4	5		14	Домашние задания
6	Дизайн и юзабилити продукта	5	5		14	Домашние задания
7	Владелец продукта и работа в команде	5	5		14	Домашние задания
8	А/В тестирование	5	5		14	Домашние задания
9	Профессия продакта: перспективы, развитие, трудоустройство	5	6		14	Домашние задания
	<i>Экзамен</i>			6		Защита проекта
	Итого:	40	46	6	126	
	Объем дисциплины (модуля) (в ак. ч.)	218				

3. Содержание дисциплины (модуля)

№п/п	Наименование раздела дисциплины (модуля)	Содержание дисциплины (модуля) по темам
1	Введение в продуктовый менеджмент	Определение продуктового менеджмента и его значение в компании. Основные задачи и функции продуктового менеджера. Основные принципы и подходы к продуктовому менеджменту.
2	Исследование рынка и анализ конкурентов	Гипотеза, типы и источники гипотез. Методы и инструменты исследования рынка. Методологии MVP и RAT. STEEPLE-анализ. SWOT-анализ и PEST-анализ.
3	Пользовательские исследования	Структура для работы с дизайном исследования. Типы качественных исследований. Типы количественных исследований. Глубинное интервью и как его проводить.
4	Продуктовая аналитика и иерархия метрик	Суть концепции продуктовой аналитики, ее цели и задачи. Метрики, их типы и особенности. Ключевые этапы воронки по продукту. Ключевые метрики по продукту и связи между ними. Иерархия метрик продукта.

5	Модели продуктов и их монетизация. Юнит-экономика	Модель монетизации продукта и для чего она нужна. Основные типы моделей монетизации продуктов. Основы юнит-экономики и как использовать её для развития продукта. Основные типы метрик в юнит-экономике.
6	Дизайн и юзабилити продукта	Основные принципы создания удобного и интуитивно понятного дизайна. Описание действий пользователей и создание прототипов.
7	Владелец продукта и работа в команде	Ключевые роли продуктовой команды. Как собрать продуктовую команду в зависимости от типа и задач продукта. Бэклог и как его приоритизировать. Ключевые принципы гибких методологий разработки.
8	А/В тестирование	Основы проведения АВ-тестов и ключевые метрики для них. Использование тестов в работе с гипотезами.
9	Профессия продакта: перспективы, развитие, трудоустройство	Этапы карьерного развития продуктового менеджера. Модель GROW и как ее применять в развитии себя как продуктового менеджера.

4. Учебно-методическое обеспечение

Университет располагает полным набором лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения, включая продукты отечественного производства.

Каждый слушатель в течение всего периода обучения получает индивидуальный неограниченный доступ к электронно-библиотечной системе и электронной информационно-образовательной среде университета. Эти системы предоставляют возможность доступа к ресурсам из любой точки, где есть подключение к сети Интернет, как на территории университета, так и за его пределами.

Слушателям обеспечен удаленный доступ к современным профессиональным базам данных и информационным справочным системам.

Основная литература:

1. Чернышева, А. М. Управление продуктом : учебник и практикум для вузов / А. М. Чернышева, Т. Н. Якубова. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 368 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-16619-4. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/560140>.

Дополнительная литература:

1. Чернышева, А. М. Управление продуктовой политикой : учебник и практикум для вузов / А. М. Чернышева, Т. Н. Якубова. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 182 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-16620-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/561067>.

5. Материально-техническое обеспечение

Университет располагает материально-технической базой, соответствующей действующим противопожарным правилам и нормам и обеспечивающей проведение всех видов дисциплинарной и междисциплинарной подготовки, практической и научно-исследовательской работ обучающихся, предусмотренных учебным планом.

Помещения, которые представляют собой учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского (практического) типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, а также помещения для самостоятельной работы и помещения для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования. Помещения укомплектованы специализированной мебелью и техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации большой аудитории.

Изучение дисциплины (модуля) обеспечивается в учебных аудиториях, оснащенных:

- столами и стульями;
- компьютерной техникой;
- механическими калькуляторами;
- специализированным оборудованием, включая демонстрационное оборудование.

Помещения для самостоятельной работы обучающихся, в том числе приспособленные для использования инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья, оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа к в электронную информационно-образовательную среду Университета.

Обучающимся предоставляется доступ (в том числе удаленный) к ресурсам информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», электронным ресурсам (в том числе электронным библиотечным системам, современным профессиональным базам данных и информационным справочным системам):

№	Наименование портала (издания, курса, документа)	Ссылка
1.	Научная электронная библиотека elibrary.ru библиотека	https://elibrary.ru/defaultx.asp
2.	База данных для IT-специалистов	https://habr.com
3.	База данных ScienceDirect	https://www.sciencedirect.com
4.	Официальный сайт Министерства науки и высшего образования Российской Федерации	https://minobrnauki.gov.ru/
5.	Федеральный портал «Российское образование»	https://www.edu.ru/
6.	Информационная система "Единое окно доступа к образовательным ресурсам"	http://window.edu.ru/
7.	Единая коллекция цифровых образовательных ресурсов	http://school-collection.edu.ru/
8.	Федеральный центр информационно - образовательных ресурсов	http://fcior.edu.ru/

Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), в том числе комплект лицензионного программного обеспечения, современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы:

Наименование ПО	Производство	Лицензионное / свободно распространяемое
Операционные системы:		
Microsoft Imagine (Windows Client, Server)	зарубежное	лицензионное
Браузеры:		
Яндекс.Браузер	отечественное	свободно распространяемое
Google Chrome	зарубежное	свободно распространяемое
Офисные приложения:		
Microsoft Imagine (Visio, OneNote)	зарубежное	лицензионное
TeXstudio	зарубежное	свободно распространяемое
Adobe Acrobat Reader	зарубежное	свободно распространяемое
Программное обеспечение для планирования и учета времени:		
Toggle app	зарубежное	свободно распространяемое
Системы управления проектами:		
Microsoft Imagine (Project)	зарубежное	лицензионное
Системы управления базами данных:		
Microsoft Imagine (SQL Server)	зарубежное	лицензионное
Системы резервного копирования (backup):		
Acronis Backup Advanced for HyperV	зарубежное	лицензионное
Справочно-правовые системы:		
КонсультантПлюс: справочно-правовая система	отечественное	лицензионное
Средства антивирусной защиты:		
Kaspersky Endpoint Security для бизнеса Стандартный Russian Edition	отечественное	лицензионное
Среды разработки:		
Visual Studio Code	зарубежное	свободно распространяемое
Bash (Unix shell)	зарубежное	свободно распространяемое
Anaconda	зарубежное	свободно распространяемое

Robotic Operating System	зарубежное	свободно распространяемое
CopelliaSim	зарубежное	свободно распространяемое
Google Colaboratory	зарубежное	свободно распространяемое
Пакеты программных средств и библиотек:		
AutoPsy	зарубежное	свободно распространяемое
Interactive Disassembler (IDA)	зарубежное	свободно распространяемое
Системы управления библиографической информацией:		
Zotero	зарубежное	свободно распространяемое
Сервисы и службы:		
Bind	зарубежное	свободно распространяемое
Docker	зарубежное	свободно распространяемое

6. Методические и оценочные материалы

Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)

В процессе изучения дисциплины (модуля) «Продуктовая студия» в рамках текущего контроля успеваемости используются такие виды учебной работы, как лекции, практические занятия, домашние задания, проект, а также различные виды самостоятельной работы обучающихся по заданию преподавателя, направленные на развитие навыков профессиональной лексики, закрепление практических профессиональных компетенций, поощрение инициатив.

Лекция – систематическое, последовательное, монологическое изложение преподавателем учебного материала, как правило, теоретического характера.

В процессе лекций рекомендуется вести конспект лекций: кратко и схематично фиксировать основные идеи, выводы и обобщения лекции; выделять важные мысли, ключевые слова и термины. Необходимо отметить вопросы или материалы, которые вызывают затруднения, и попытаться найти ответы в рекомендованной литературе. Если разобраться в материале не удастся, следует сформулировать вопрос и задать его преподавателю на консультации или во время семинарского (практического) занятия.

Участие в семинаре (практическом занятии) – активная работа слушателя на семинаре, его ответы на вопросы преподавателя и участие в дискуссии.

Для успешного участия в семинаре слушателям рекомендуется заранее ознакомиться с темой обсуждения, прочитать необходимые материалы и подготовить вопросы. Важно активно слушать и вовлекаться в дискуссию, высказывая свои мнения и аргументируя их. При ответах на вопросы преподавателя стоит быть уверенным, четким и логичным, опираясь на изученный материал. Также полезно поддерживать диалог с однокурсниками, чтобы обогатить обсуждение и расширить свои знания.

Домашнее задание – набор задач по темам недели.

При работе над домашними заданиями важно внимательно ознакомиться с требованиями и сроками выполнения. Рекомендуется разбивать задания на этапы, чтобы избежать перегрузки и лучше усвоить материал. Использовать различные источники информации, включая учебники и онлайн-ресурсы, для более глубокого понимания темы.

Проект – это целенаправленная деятельность, имеющая определенные цели, задачи и временные рамки, в результате которой создается уникальный продукт или услуга.

Для успешной подготовки проекта рекомендуется следовать следующим рекомендациям:

- четко определите цель и задачи проекта, чтобы понимать, какой результат вы хотите достичь;
- составьте план работы, разбив проект на этапы с указанием сроков выполнения

каждого из них;

- используйте разнообразные источники информации и инструменты для исследования темы, чтобы обеспечить качественную основу для вашего проекта;
- регулярно проверяйте прогресс и вносите коррективы в план, если это необходимо, чтобы оставаться на правильном пути к завершению проекта.

Самостоятельная работа – работа слушателей, направленная на углубленное изучение отдельных тем и вопросов учебной дисциплины (модуля).

В процессе самостоятельной работы слушатели взаимодействуют с рекомендованными материалами при минимальном участии преподавателя. Задачи слушателей включают работу с конспектами лекций (обработка текста), повторное изучение учебных материалов планов и тезисов ответов, изучение дополнительных тем, выполнение учебно-исследовательских заданий и другое.

Система оценивания результатов обучения по дисциплине (модулю)

Оценивание уровня учебных достижений обучающихся по дисциплине (модулю) осуществляется в виде текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации.

Промежуточная аттестация по дисциплине (модулю) осуществляется в форме **экзамена**.

Для оценивания текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации используется десятибалльная шкала оценивания, которая соотносится с традиционной пятибалльной шкалой следующим образом:

Десятибалльная оценка	Пятибалльная оценка	Оценка за зачет	Общая характеристика результата обучения по дисциплине (модулю)
10	Отлично	Зачтено	Слушатель полностью владеет знаниями, изложенными в рабочей программе, и глубоко осмысляет дисциплину (модуль). Он самостоятельно и логически последовательно отвечает на все вопросы, акцентируя внимание на наиболее важном. Умеет анализировать, сравнивать, классифицировать, обобщать, конкретизировать и систематизировать изученный материал, выделяя ключевые моменты и устанавливая причинно-следственные связи. Четко формулирует ответы, уверенно интерпретирует результаты анализов и других исследований, а также решает сложные задачи. Слушатель хорошо знаком с методами исследования, необходимыми для практической деятельности, и умеет связывать теоретические аспекты дисциплины (модуля) с практическими задачами.
9	Отлично	Зачтено	
8	Отлично	Зачтено	
7	Хорошо	Зачтено	Слушатель обладает знаниями предмета почти в полном объеме рабочей программы и самостоятельно, логически
6	Хорошо	Зачтено	

Десятибалльная оценка	Пятибалльная оценка	Оценка за зачет	Общая характеристика результата обучения по дисциплине (модулю)
			последовательно и всесторонне отвечает на все вопросы, акцентируя внимание на наиболее значимых моментах. Он умеет анализировать, сравнивать, классифицировать, обобщать, конкретизировать и систематизировать изученный материал, выделяя его ключевые аспекты и устанавливая причинно-следственные связи. Формулирует свои ответы, уверенно интерпретирует результаты анализов и других исследований, а также решает сложные ситуационные задачи. Слушатель хорошо знаком с методами исследования, необходимыми для практической деятельности, и умеет связывать теоретические аспекты предмета с практическими задачами.
5	Удовлетворительно	Зачтено	Слушатель обладает базовыми знаниями по дисциплине (модулю), но испытывает трудности при самостоятельных ответах и использует неточные формулировки. В ходе ответов он допускает ошибки, касающиеся сути вопросов. Слушатель способен решать только самые простые задачи и владеет лишь минимальным набором методов исследования.
4	Удовлетворительно	Зачтено	
3	Не сдан	Не зачтено	Слушатель не овладел обязательным минимумом знаний по предмету и не может ответить на вопросы, даже если преподаватель задает дополнительные наводящие вопросы.
2	Не сдан	Не зачтено	
1	Не сдан	Не зачтено	

Дисциплина (модуль) «Продуктовая студия» оценивается следующим образом:

Активность	Вес	Количество	Описание
Домашние задания	60%	15	Командные домашние задания, направленные на поэтапную подготовку проектов
Экзамен	40%	1	Командная защита проекта перед экспертами

Формула расчёта итоговой оценки по дисциплине (модулю) «Продуктовая студия»: « $0,6 \times$ среднее за домашние задания + $0,4 \times$ экзамен».

Текущий контроль успеваемости обучающихся по дисциплине (модулю)

Примерные домашние задания

Домашнее задание: Пользовательские исследования

Ключевая задача:

Провести пользовательское исследование в команде

Пройдите следующие шаги:

1. Определите цель исследования.
2. Составьте программу исследования (цель, задачи, исследовательские вопросы и гипотезы, которые хотите проверить).
3. Определите ЦА (например, люди в возрасте от 18 до 35 лет).
4. Сформируйте гайд (последовательный список вопросов) глубинного интервью.
5. Найдите респондентов для проведения глубинных интервью.
6. Проведите глубинные интервью с респондентами. Каждому члену команды нужно провести 5 интервью.
7. Проанализируйте результаты интервью.
8. Проведите рефлексию внутри команды и обсудите свои выводы и инсайты после проведенного исследования.
9. Сформируйте список болей и проблем пользователей, которые потенциально может решать ваш продукт.
10. Сделайте выводы исследования.

Детали и рекомендации:

- **Выбор ЦА:** тщательно определите ЦА, чтобы результаты исследования были релевантны.
- **Каждому участнику** команды нужно провести минимум 5 интервью.
- **Методы исследования:** используйте дополнительные методы качественных исследований, если это необходимо.
Проведение глубинных интервью — обязательно.
Тайм-менеджмент: советуем грамотно распределить временные ресурсы: поиск респондентов, проведение интервью и анализ результатов занимает много времени.
- **Итоговый файл** должен содержать в себе программу исследования, гайд интервью, заметки/инсайты после интервью, выводы после исследования, список болей/проблем пользователей.
- **Участники:** подпишите, какие участники команды принимали участие в выполнении задания (этим слушателям будут начислены баллы за задание).
- **Формат сдачи:** предоставьте выполненное задание в формате текстового документа, а затем загрузите его на платформу в виде файла (ссылки не принимаются).

Как оценивается задание?

За данное задание можно получить максимум 10 баллов:

- команда составила программу исследования (цель, задачи исследования, исследовательские вопросы и гипотезы исследования) (2 балла).
- команда сформировала гайд (последовательный список вопросов) для глубинного интервью (2 балла).
- команда провела глубинные интервью с респондентами (каждый участник провел не менее 5 интервью) и организовала заметки и инсайты после каждого интервью (3 балла).
- команда предоставила подробные выводы исследования (3 балла).

Материалы. В процессе выполнения задания вы можете использовать материалы:

- Памятка-шаблон для проведения интервью (лонгрид 4 недели).
- Статья “Как подготовить и провести глубинное интервью. Гайд и шаблоны для

JTBD-исследования” (материал проекта GoPractice).

Домашнее задание: Продуктовая аналитика

Задача:

Вам в команде нужно:

1. указать три бизнес-метрики,
2. указать три продуктовые метрики,
3. указать три маркетинговые метрики.

Всего 9 метрик.

Каждую метрику нужно обосновать, ответив на вопрос, почему именно они будут важны для вашего продукта?

Пример выполнения:

Продукт: образовательные курсы по Python, которые монетизируются за счёт продаж.

Маркетинговые метрики:

1. **Conversion Rate (CR)** — конверсия страницы покупки курса. Метрика важна для оценки эффективности страницы покупки и оптимизации конверсии.
2. **CAC** — метрика помогает определить стоимость привлечения каждого нового клиента и понять эффективность затрат.
3. **ROI, ROMI, ROAS** — если привлечение слушателей стоит дешевле самого курса, вероятно, курс будет в плюсе. Метрики позволяют оценить возврат от инвестиций в маркетинг и определить, приносит ли инвестиция в привлечение слушателей прибыль.

Продуктовые метрики:

1. **Retention rate** — главное, чтобы пользователи продолжали обучение. Метрика важна для понимания, насколько курс интересен и полезен слушателям, а также помогает управлять удержанием пользователей.
2. **CSI, CSAT** — смотрим, где и как можно улучшить данный курс. Метрики помогают выявить слабые места курса и улучшить его качество.
3. **NPS** — если курс хороший, его будут рекомендовать. Метрика отражает уровень удовлетворённости слушателей курсом и их готовность рекомендовать его другим.

Бизнес-метрики:

1. **AoV** — сравнение разных вариантов курсов. Метрика помогает определить средний чек слушателя и сравнить доход от разных курсов.
2. **Revenue** — выручка важна для общего понимания денежного потока. Метрика показывает общую выручку от продаж курса и помогает оценить финансовую эффективность бизнеса.
3. **Earnings** — прибыль определяет потенциал продукта. Метрика показывает прибыль от продажи курса и его потенциал для развития и увеличения дохода.

Рекомендации по выполнению:

- Тщательно обдумайте каждую метрику и ее значение для продукта.
- Обоснуйте выбор каждой метрики и объясните, какие выводы можно сделать из её данных.
- Предоставьте артефакты командной работы в удобной для вас форме и понятном для проверяющего виде: все ссылки или документы открываются, понятно, как в них ориентироваться.

Как оценивается это задание?

- У команды описаны маркетинговые метрики (1 балл),
- У команды обоснованы маркетинговые метрики (2 балла),
- У команды описаны продуктовые метрики (1 балл),
- У команды обоснованы продуктовые метрики (2 балла),
- У команды описаны бизнес-метрики (1 балл),
- У команды обоснованы бизнес-метрики (2 балла),
- Метрики логично подходят продукту (1 балл).

Домашнее задание: А/В-тестирование

Задача:

1. Опишите пять потенциальных тестов для своего продукта.
2. Укажите гипотезы для проверки.
3. Выберите подходящую метрику и её изменение (экспертно).
4. Опишите, как должен выглядеть эксперимент.

Пример выполнения:

Продукт: Курсы по Python, конверсия в покупку 3%.

- **Гипотеза:** Если добавить обучающее видео на лендинг, конверсия в покупку увеличится.
- **Метрика:** CR в покупку.
- **Вспомогательные метрики:** время на лендинге, конверсия в просмотр видео.
- **MDE:** 5%.
- **Наблюдения для теста:** 204 493 наблюдения для какой версии (значимость 95%, мощность 80%).
- **Если гипотеза подтверждается:** реализуем видео на лендинге для всех пользователей.
- **Если гипотеза не подтверждается:** удаляем видео с лендинга.

Рекомендации по выполнению:

1. Сформулируйте гипотезу произвольно по принципу: «Если..., то...».
2. Определите любое исходное значение метрики, которое хочешь изменить.
3. Выбирайте эффект от изменений произвольно.
4. Не забывайте рассчитывать количество наблюдений через калькулятор и укажите ссылку на него.

Как оценивается это задание?

- команда описала 5 тестов (1 балл за каждый тест),
- команда описала метрики логично (3 балла),
- команда разработала дизайн тестов в соответствии с метриками (2 балла).

Домашнее задание: Дизайн продукта

Задача:

1. доделайте лендинг, который разрабатывали в рамках семинара,
2. на лендинге сформируйте раздел с отображением макетов вашего продукта. Если вы планируете защиту не с цифровым продуктом - отобразите в разделе фото реального продукта.

Обратите внимание, что защита потенциальным инвесторам будет проводиться на основе

вашего продающего лендинга. Информация на лендинге является результатом проделанной работы по продукту в рамках курса.

Пример выполнения части задания - макеты цифрового продукта.

Представленные макеты должны:

- продемонстрировать какой-либо ключевой сценарий вашего продукта,
- сформировать представление о ключевых проблемах, которые решает ваш продукт.

Первый продукт — “Социальная сеть”:

- пользователь заходит в приложение и видит ленту с контентом,
- пользователь открывает свой профиль и видит там информацию,
- пользователь открывает чат и видит ленту сообщений.

Второй продукт — “Маркетплейс”:

- пользователь заходит в приложение и видит товары, которые может приобрести,
- пользователь открывает карточку товара и видит информацию о нём с возможностью покупки,
- пользователь открывает свой профиль и видит историю заказов.

Как оценивается это задание?

- команда спроектировала лендинг минимум с пятью логическими блоками в структуре (3 балла),
- каждый логический блок содержит актуальный продукту фото/видео/текст и т.д. (3 балла),
- лендинг содержит блок с макетами продукта (4 балла).

Домашнее задание: Модели монетизации

Задача:

1. Определить модель монетизации продукта.
2. Дать обоснование, почему выбрана именно эта модель.
3. Отобразить на лендинге о продукте стоимость продукта и возможные модели его покупки.

Как оценивается это задание?

- Выбранная модель соответствует отраслевым стандартам или представлено аргументированное обоснование того, почему выбрана иная модель (5 баллов).
- Стоимость продукта и соответствующая модель представлены на лендинге продукта. Раздел содержит реальную цену, элементы, которые подталкивают к принятию решения (5 баллов).

Примерное описание задания к проекту

Шаг 1.

Подумай: что тебе было бы интересно создать? Тебе необходимо сформулировать от 3 до 5 исходных предположений о будущем продукте и проанализировать их. Каждое предположение следует проанализировать по трем основным критериям: востребованность, реализуемость и жизнеспособность.

Шаг 2.

Подумай и зафиксируй:

К каким сферам относятся твои идеи? В какие из сфер твои идеи могли бы внести вклад?

Варианты:

- Sport Tech,
- Med Tech и Mental health Tech,
- HR Tech,
- Urban Tech,
- Fin Tech,
- ED Tech,
- Social Tech (dating, entertainment).

Шаг 3.

Тебе нужно разобраться, что представляет собой та или иная сфера, рассмотреть примеры продуктов и выбрать, развитием какой сферы ты хотел(а) бы заниматься в рамках разработки проекта на этом курсе. Главный критерий выбора - тебе это интересно!

Шаг 4.

Выбери интересующую сферу и запишись в команду.

Ты можешь выбрать любую из этих сфер.

Варианты:

- Sport Tech,
- Med Tech и Mental health Tech,
- HR Tech,
- Urban Tech,
- Fin Tech,
- ED Tech,
- Social Tech (dating, entertainment).

Шаг 5.

Вместе с командой выполняй домашние задания и отработывай полученную от преподавателей обратную связь, чтобы успешно представить свой проект на промежуточной аттестации.