

Приложение № 1  
к приказу ректора  
АНО ВО «Центральный университет»  
от «10» марта 2026 г. № 0310.17

**Автономная некоммерческая организация высшего образования  
«Центральный университет»**

**УТВЕРЖДАЮ**

Ректор АНО ВО «Центральный  
университет»

Е.В. Ивашкевич

**ДОПОЛНИТЕЛЬНАЯ ОБЩЕОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА –  
ДОПОЛНИТЕЛЬНАЯ ОБЩЕРАЗВИВАЮЩАЯ ПРОГРАММА ДЛЯ ДЕТЕЙ  
«КАНИКУЛЫ С ЦУ»**

Трудоемкость обучения: 24 ак. часа

**Москва**

**2026**

# 1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ПРОГРАММЫ

## 1.1. Общие положения

Настоящая дополнительная общеобразовательная программа – дополнительная общеразвивающая программа для детей «Каникулы с ЦУ» (далее – дополнительная общеразвивающая программа для детей) разработана на основании Федерального закона от 29 декабря 2012 г. № 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации», приказа Минпросвещения России от 27 июля 2022 г. № 629 «Об утверждении Порядка организации и осуществления образовательной деятельности по дополнительным общеобразовательным программам» и приказа Минобрнауки России от 11 октября 2023 г. № 1678 «Об утверждении Правил применения организациями, осуществляющими образовательную деятельность, электронного обучения, дистанционных образовательных технологий при реализации образовательных программ».

Дополнительная общеразвивающая программа для детей реализуется в Автономной некоммерческой организации высшего образования «Центральный университет» (далее – АНО ВО «Центральный университет», Центральный университет).

Разработчик программы:

- И.В. Кучеренко, руководитель продукта АНО ВО «Центральный университет»;
- О.А. Данилов, руководитель образовательных программ АНО ВО «Центральный университет»;
- О.О. Майстренко, руководитель образовательных программ для школьников АНО ДПО «Т-Образование».

Дополнительная общеразвивающая программа для детей разработана в инициативном порядке.

Программа реализуется на русском языке.

## 1.2. Цель реализации программы

Дополнительная общеразвивающая программа для детей нацелена на:

- формирование и развитие творческих способностей обучающихся;
- удовлетворение индивидуальных потребностей обучающихся в интеллектуальном, нравственном, художественно-эстетическом развитии и физическом совершенствовании;
- профессиональную ориентацию обучающихся;
- удовлетворение иных образовательных потребностей и интересов обучающихся, не противоречащих законодательству Российской Федерации, осуществляемых за пределами федеральных государственных образовательных стандартов и федеральных государственных требований.

**Направленность программы:** социально-гуманитарная, техническая.

**Цель программы** – формирование у обучающихся инновационного и предпринимательского мышления через освоение основ ИТ-предпринимательства, изучение современных цифровых продуктов и принципов их разработки, а также через практическое применение методологии Jobs-to-be-Done, проведение прикладных исследований рынка и поведения целевой аудитории.

## 1.3. Категории обучающихся

Основными категориями обучающихся, на которых рассчитана дополнительная общеразвивающая программа для детей, являются школьники 11 классов, являющиеся грантополучателями Центрального университета, прошедшие отбор на программу по механике рейтинговой таблицы и мотивационному письму.

## 1.4. Критерии отбора на программу

Для участия в программе необходимо подать заявку в личном кабинете абитуриента <https://my.centraluniversity.ru/>, заполнив форму регистрации. После

завершения приема заявок все заявки проходят внутренний отбор по следующим критериям:

1. У заявителя должен быть грейд не ниже, чем «Джун» во внутренней программе XP Game.

XP Game – программа, предоставляющая возможность абитуриентам повысить грант на обучение в Центральном университете в процессе участия в эксклюзивных активностях, приглашения друзей и развития университета через выполнение заданий в течение года.

XP («experience points») – очки опыта за участие в мероприятиях университета, выполнение заданий и привлечение друзей.

Грейды – уровни, каждый из которых открывает доступ к дополнительным привилегиям.

Так, обладание участником грантового конкурса грейдом «Джун» означает наличие у него 100 XP и, следовательно, попадание в закрытый канал сообщества грантополучателей, возможность подготовки к ЕГЭ на программах Центрального университета для абитуриентов, участие в студенческих клубах и экскурсиях в офисы компаний-партнеров.

2. Заявитель должен являться учащимся 11 класса.

3. Заявитель должен направить мотивационное письмо.

4. Отдельно учитывается кол-во баллов абитуриента по внутренней программе XP Game. На основе списка заявителей и их XP баллов создается рейтинг. Первые 250 заявителей, которые соблюли критерии выше, приглашаются стать участниками программы.

### **1.5. Идентификаторы достижения планируемых результатов обучения**

Обучающийся, освоивший дополнительную общеразвивающую программу для детей, должен:

**знать:**

— основы и закономерности развития ИТ-предпринимательства;

- современные ИТ-продукты, технологии и рыночные тренды;
- этапы создания стартапа: от идеи до вывода продукта на рынок;
- принципы и инструменты методологии Jobs-to-be-Done;
- методы исследования рынка и анализа поведения целевой аудитории;
- основы разработки и тестирования минимально жизнеспособного продукта (MVP);
- принципы бизнес-планирования и оценки жизнеспособности проекта;
- основы маркетинга и стратегий продвижения ИТ-продуктов;
- принципы проектирования пользовательского опыта (UX) и интерфейса (UI).

***уметь:***

- применять предпринимательский подход к разработке и оценке идей;
- разрабатывать и тестировать MVP;
- выявлять и анализировать потребности пользователей с использованием JTBD;
- планировать и проводить исследования целевой аудитории;
- работать в команде стартапа, распределяя роли и задачи;
- анализировать данные и пользовательскую обратную связь;
- эффективно презентовать идеи и ИТ-проекты различной аудитории.

***владеть:***

- современными инструментами проектирования интерфейсов (например, Figma, Sketch и аналогами);
- практиками проведения маркетинговых исследований и обработки результатов;
- базовыми средствами аналитики для изучения поведения потребителей;
- инструментами и стратегиями продвижения цифровых решений;
- приемами эффективной коммуникации и командного взаимодействия;

— навыками публичной защиты проектов и представления собственных идей.

### **1.6. Трудоемкость программы**

Нормативная трудоемкость обучения по данной программе – 24 академических часа, включая все виды контактной работы слушателя.

### **1.7. Форма и сроки обучения**

Обучение по программе осуществляется в очной форме.

Минимальный срок обучения на программе составляет 5 дней.

### **1.8. Режим занятий**

Для всех занятий академический час устанавливается продолжительностью 40 минут.

Учебная нагрузка устанавливается не более 8 академических часов в день, включая все виды контактной работы слушателя.

## 2. ПРОГРАММА УЧЕБНОГО КУРСА

### 2.1. Учебный план дополнительной общеразвивающей программы для детей «Каникулы с ЦУ»

Продолжительность обучения – 24 ак. часа.

Форма обучения – очная.

№ п/п	Наименование разделов и тем	Всего, академ. ч.	Контактная работа (академ. ч.)		Формы аттестации и контроля знаний
			лекции	семинары (практич. занятия)	
1.	Обязательная часть. Раздел 1	8	4	4	
2.	Вариативная часть (выбор 1 из 3 треков)	6,5	1,5	5	Тест
3.	Обязательная часть. Раздел 2	9,5		9,5	
	<b>ИТОГО:</b>	<b>24</b>	<b>5,5</b>	<b>18,5</b>	

## 2.2. Учебно-тематический дополнительной общеразвивающей программы для детей «Каникулы с ЦУ»

№ п/п	Наименование разделов и тем	Всего, академ. ч.	Контактная работа (академ. ч.)		Формы аттестации и контроля знаний
			лекции	семинары (практич. занятия)	
<b>1.</b>	<b>Обязательная часть. Раздел 1</b>	<b>8</b>	<b>4</b>	<b>4</b>	
1.1.	Введение в ИТ-предпринимательство. Продуктовый подход	1	1		
1.2.	Количественные и качественные исследования	3	1	2	
1.3.	Методология Jobs-To-Be-Done	4	2	2	
<b>2.</b>	<b>Вариативная часть (выбор 1 из 3 треков)</b>	<b>6,5</b>	<b>1,5</b>	<b>5</b>	
	<b>Трек «Продуктовый дизайн»</b>	<b>6,5</b>	<b>1,5</b>	<b>5</b>	<b>Тест</b>
2.1.	UX-дизайн	2	0,5	1,5	
2.2.	UI-дизайн	2	0,5	1,5	
2.3.	Дизайн прототипа продукта	2,5	0,5	2	
	<b>Трек «Бизнес»</b>	<b>6,5</b>	<b>1,5</b>	<b>5</b>	<b>Тест</b>
2.1.	Бизнес-модели	2	0,5	1,5	
2.2.	Экономика ИТ-продукта	2	0,5	1,5	
2.3.	Маркетинг и продвижение ИТ-продукта	2,5	0,5	2	
	<b>Трек «Разработка»</b>	<b>6,5</b>	<b>1,5</b>	<b>5</b>	<b>Тест</b>
2.1.	Backend-разработка ИТ-приложений	2	0,5	1,5	
2.2.	Frontend-разработка ИТ-приложений	2	0,5	1,5	
2.3.	AI-инструменты в разработке	2,5	0,5	2	
<b>3.</b>	<b>Обязательная часть. Раздел 2</b>	<b>9,5</b>		<b>9,5</b>	
3.1.	Тренинг публичного выступления	2		2	
3.2.	Деловая игра «Питчинг»	3		3	
3.3.	Деловая игра «ЭКСПО»	4		4	Проект
3.4.	Подведение итогов программы	0,5		0,5	
	<b>ИТОГО:</b>	<b>24</b>	<b>5,5</b>	<b>18,5</b>	

### 2.3. Календарный график

№ п/п	Наименование раздела	Наименование темы раздела	Академ. часов	Учебные дни				
				1	2	3	4	5
1.	Обязательная часть. Раздел 1	Введение в ИТ-предпринимательство. Продуктовый подход	1	1				
		Количественные и качественные исследования	3	3				
		Методология Jobs-To-Be-Done	4	4				
2.	Вариативная часть	Трек «Продуктовый дизайн» / Трек «Бизнес» / Трек «Разработка»	6,5		6,5			
3.	Обязательная часть. Раздел 2	Тренинг публичного выступления	2			2		
		Деловая игра «Питчинг»	3			3		
		Деловая игра «ЭКСПО»	4				4	
		Подведение итогов программы	0,5					0,5

### 3. РАБОЧАЯ ПРОГРАММА КУРСА

#### 3.1.Содержание курса

№ п/п	Наименование раздела	Наименование темы раздела	Содержание темы (тезисно)
1.	Обязательная часть. Раздел 1	Введение в ИТ-предпринимательство. Продуктовый подход	Знакомство со спецификой ИТ-предпринимательства. Достижения российских ИТ-предпринимателей, практические решения технологического лидерства России. Подход к созданию продуктов от проблемы. Разбор успешных и неуспешных продуктов через призму продуктового подхода. Основные понятия и роли в ИТ (разработчики, дизайнеры, проектные менеджеры). Определение сквозной цели программы – создание прототипа ИТ-продукта.
		Количественные и качественные исследования	Методология качественных исследований. Методология количественных исследований. Методы и инструменты маркетинговых исследований. Анализ рынка и конкурентной среды. Исследование людей, природы и явлений для решения прикладных предпринимательских задач. Выполнение практического качественного и количественного исследования проблем и предпочтений потенциальной целевой аудитории. Представление результатов проведенных исследований в формате стендовой сессии, включая гипотезы вариантов создания продукта на основе полученных данных. Работа по индивидуальному образовательному маршруту с учетом особых образовательных потребностей и индивидуальных возможностей обучающегося.
		Методология Jobs-To-Be-Done	Основы методологии Jobs-To-Be-Done. Определение «работ, на которые нанимаются продукты». Определение конкуренции. Исследования по Jobs-To-Be-Done. Создание решений по Job Story. Проведение исследований по Jobs-To-Be-Done. Создание и питчинг решений по Job Story (в формате творческого мероприятия). Работа по индивидуальному образовательному маршруту с учетом особых образовательных потребностей и индивидуальных возможностей обучающегося.

2.	Вариативная часть: Трек «Продуктовый дизайн»	UX-дизайн	<p>Основы продуктового дизайна. Знакомство с инструментом MindMap. Построение пользовательского пути (User Flow). Графическое построение функций каждого из них. UX-тестирование (коридорное тестирование) для измерения качества дизайна. Основы визуального дизайна. Цветовые палитры. Элементы интерфейсов. Прототипирование User Flow. Презентация разработок. Измерение качества дизайна. Доработка прототипа по итогам тестирования. Доработка прототипа с учётом визуальной красоты. Работа по индивидуальному образовательному маршруту с учетом особых образовательных потребностей и индивидуальных возможностей обучающегося.</p>
		UI-дизайн	<p>Введение в визуальный дизайн интерфейсов. Основы композиции, типографики, цветовых схем. Стандарты и гайдлайны. Построение интерфейсных элементов: кнопки, меню, иконки. Создание макета интерфейса с применением основных правил композиции и цвета. Разработка дополнительных элементов интерфейса в графическом редакторе Figma. Презентация готового макета. Работа по индивидуальному образовательному маршруту с учетом особых образовательных потребностей и индивидуальных возможностей обучающегося.</p>
		Дизайн прототипа продукта	<p>Что такое прототип, уровни прототипирования (от низкоуровневого скетча до интерактивного). Роль прототипа в процессе разработки ИТ-продукта. Инструменты и их возможности. Принципы итеративного дизайна и получения обратной связи. Проведение тестирования тестового прототипа на сокомандниках с целью выявления ошибок и улучшения. Создание кликабельной версии продукта в Figma&amp; Внесение изменений и доработка. Работа по индивидуальному образовательному маршруту с учетом особых образовательных потребностей и индивидуальных возможностей обучающегося.</p>
	Вариативная часть: Трек «Бизнес»	Бизнес-модели	<p>Основы бизнес-моделирования в ИТ. Ключевые компоненты бизнес-модели (ценностное предложение, сегменты клиентов, каналы продаж, потоки доходов, структура издержек, ключевые ресурсы и</p>

		<p>партнеры). Анализ успешных бизнес-моделей в российских и международных ИТ-компаниях.</p> <p>Создание собственной бизнес-модели для выбранного ИТ-продукта с использованием метода Business Model Canvas. Оценка жизнеспособности модели. Работа по индивидуальному образовательному маршруту с учетом особых образовательных потребностей и индивидуальных возможностей обучающегося.</p>
	Экономика ИТ-продукта	<p>Основы юнит-экономики ИТ-продукта: принцип расчета доходов и расходов на единицу продукта (юнит), метрики производства и маркетинга, воронка продаж, оценка стоимости конверсии. Обзор моделей монетизации: подписки, реклама, продажи. Расчет рентабельности, точки безубыточности и окупаемости продукта. Особенности экономического анализа для разных типов ИТ-бизнеса.</p> <p>Выполнение экономического анализа выбранных ИТ-продуктов, расчет ключевых финансовых показателей, подготовка презентации с обоснованием прибыльности и перспектив развития. Проведение оценки потенциальных доходов и расходов, моделирование различных бизнес-гипотез. Работа по индивидуальному образовательному маршруту с учетом особых образовательных потребностей и индивидуальных возможностей обучающегося.</p>
	Маркетинг и продвижение ИТ-продукта	<p>Основы маркетинга для ИТ-продуктов. Целевая аудитория и сегментация рынка. Методы продвижения: digital-маркетинг, контент-маркетинг, SEO, SMM. Основы создания маркетинговой стратегии, включая формирование бренда и позиционирование продукта.</p> <p>Разработка маркетинговой стратегии для итогового ИТ-продукта, создание плана продвижения, подготовка рекламных материалов и презентаций. Работа по индивидуальному образовательному маршруту с учетом особых образовательных потребностей и индивидуальных возможностей обучающегося.</p>
Вариативная часть: Трек «Разработка»	Backend-разработка ИТ-приложений	<p>Основы серверной части приложений. Основные функции backend: работа с базой данных, обработка запросов, бизнес-логика. Введение в создание простых серверных</p>

			<p>программ с использованием доступных языков и фреймворков (например, Python Flask, Node.js).</p> <p>Разработка простого backend-сценария: обработка запроса пользователя, хранение и получение данных. Тестирование работы сервера через простые запросы. Работа по индивидуальному образовательному маршруту с учетом особых образовательных потребностей и индивидуальных возможностей обучающегося</p>
		Frontend-разработка ИТ-приложений	<p>Основы клиентской части приложений. Изучение ключевых технологий: HTML, CSS, базовое программирование на JavaScript. Принципы построения интерфейса, взаимодействия с пользователем.</p> <p>Создание веб-приложения с динамическим интерфейсом: компоненты, события, состояние. Интеграция с backend-сервисом через API. Использование инструментов для тестирования и отладки. Работа по индивидуальному образовательному маршруту с учетом особых образовательных потребностей и индивидуальных возможностей обучающегося</p>
		AI-инструменты в разработке	<p>Основы искусственного интеллекта. Обзор библиотек и платформ (TensorFlow, PyTorch, OpenAI API). Принципы интеграции AI-компонентов в приложения. Использование AI в написании кода. Этические и социальные аспекты применения AI. Использование API для добавления AI-функционала в проекты (распознавание изображений, обработка текста). Анализ результатов и их оптимизация. Интеграция AI в продукт. Работа по индивидуальному образовательному маршруту с учетом особых образовательных потребностей и индивидуальных возможностей обучающегося.</p>
3.	Обязательная часть. Раздел 2	Тренинг публичного выступления	<p>Тренинг публичного выступления. Вербальные и невербальные модели коммуникации с аудиторией. Учет различных аудиторий. Управление эмоциями. Тайминг. Работа по индивидуальному образовательному маршруту с учетом особых образовательных потребностей и индивидуальных возможностей обучающегося.</p>
		Деловая игра «Питчинг»	<p>Представление продукта для различных аудиторий. Оценка эффективности</p>

		выступления. Обратная связь по результатам деловой игры. Работа по индивидуальному образовательному маршруту с учетом особых образовательных потребностей и индивидуальных возможностей обучающегося.
	Деловая игра «ЭКСПО»	Подготовка и проведение открытой выставки ИТ-бюро и продуктов для обучающихся в «Артеке» на других программах. Участники программы представляют разработки для «артековцев» и жюри в формате стендовой сессии с интерактивом. Мероприятие оформляется как международная выставка, посетителям предлагается роль широкой целевой аудитории (например, потенциальных пользователей – стран БРИКС). Описание ролей (групповые) заранее выдаются в отряды других участников смены, в которых описывается особенность представляемой отрядом целевой аудитории (культурные, социально-экономические особенности и т.п.). Работа по индивидуальному образовательному маршруту с учетом особых образовательных потребностей и индивидуальных возможностей обучающегося.
	Подведение итогов программы	Рефлексия по итогам программы

### 3.2. Методические указания для обучающихся по освоению курса

*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.

*Семинар* – это форма учебной деятельности, проводимая в учебном

заведении под руководством преподавателя, где слушатели активно участвуют в обсуждениях, практических заданиях и других формах взаимодействия.

Для успешной подготовки к семинару рекомендуется заранее ознакомиться с темой занятия и основными материалами, чтобы иметь возможность активно участвовать в обсуждении. Также полезно подготовить вопросы и идеи для обсуждения, что поможет глубже понять материал и продемонстрировать заинтересованность.

*Тест* – особая форма проверки знаний. Проводится после освоения одной или нескольких тем и свидетельствует о качестве понимания основных понятий изучаемого материала. Тестовые задания составлены к ключевым понятиям, основным разделам, важным терминологическим категориям изучаемой дисциплины.

Для подготовки к тесту необходимо знать терминологический аппарат дисциплины, понимать смысл научных категорий и уметь их использовать в профессиональной лексике. Владение понятийным аппаратом, включённым в тестовые задания, позволяет преподавателю быстро проверить уровень понимания студентами важных методологических категорий.

*Проект* – исследовательская работа и презентация результатов.

Для успешной подготовки к проекту рекомендуется: четко определить цели и задачи проекта; составить план работы, разбив проект на этапы с указанием сроков выполнения каждого из них; использовать разнообразные источники информации и инструменты для исследования темы; регулярно проверять прогресс и вносить коррективы в план, если это необходимо.

## **4. ОРГАНИЗАЦИОННО-ПЕДАГОГИЧЕСКИЕ УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ**

### **4.1. Требования к кадровым условиям реализации программы**

Реализация программы обеспечивается штатными руководящими и научно-педагогическими работниками АНО ВО «Центральный университет», а также внешними совместителями, работающими по договорам гражданско-правового характера. Научно-педагогические работники, осуществляющие преподавание данной программы, имеют образование, соответствующее профилю курса, или конкретный опыт реализации разработок и иной формы практической деятельности по направлению курса.

### **4.2. Требования к материально-техническим условиям реализации программы**

Аудитории, оборудованные современным мультимедийным оборудованием, включая проекторы и системы аудио-видео связи. Это обеспечивает возможность демонстрации обучающего материала в высоком качестве и проведения интерактивных занятий.

### **4.3. Учебно-методическое обеспечение программы**

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

Каждый обучающийся 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.

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

### ***Основная литература:***

1. Диденко, Н. И. Международный маркетинг. Практика : учебник для вузов / Н. И. Диденко, Д. Ф. Скрипнюк. — Москва : Издательство Юрайт, 2026. — 406 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-9916-9796-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/584478>.

2. Каменнова, М. С. Моделирование бизнес-процессов : учебник и практикум для вузов / М. С. Каменнова, В. В. Крохин, И. В. Машков. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 534 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-16695-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/568546>.

3. Карпова, С. В. Маркетинговый анализ. Теория и практика : учебник для вузов / С. В. Карпова, С. В. Мхитарян, В. Н. Русин ; под общей редакцией С. В. Карповой. — Москва : Издательство Юрайт, 2026. — 181 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-05522-1. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/585606>.

4. Невская, Н. А. Макроэкономическое планирование и прогнозирование : учебник и практикум для вузов / Н. А. Невская. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2026. — 618 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-17921-7. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/589480>.

### ***Дополнительная литература:***

1. Тюрин, Д. В. Маркетинговые исследования : учебник для вузов / Д. В. Тюрин. — 2-е изд. — Москва : Издательство Юрайт, 2026. — 277 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-21917-3. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/582444>.

2. Хуссейн, И. Д. Цифровые маркетинговые коммуникации : учебник для вузов / И. Д. Хуссейн. — Москва : Издательство Юрайт, 2026. — 68 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-15010-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/589006>.

3. Чеберко, Е. Ф. Основы предпринимательской деятельности : учебник и практикум для вузов / Е. Ф. Чеберко. — 2-е изд. — Москва : Издательство Юрайт, 2026. — 241 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-18809-7. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/598556>.

4. Яскевич, Я. С. Философия и методология социальных наук. Проблемы социальной коммуникации : учебник для вузов / Я. С. Яскевич, В. Л. Васюков. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2026. — 246 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-06921-1. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/586569>.

В случае поступления заявок от лиц с ограниченными возможностями здоровья, т.е. физических лиц, имеющих недостатки в физическом и (или) психологическом развитии, подтвержденные психолого-медико-педагогической комиссией и препятствующие получению образования без создания специальных условий, в АНО ВО «Центральный университет» создаются условия, позволяющие вышеприведённым категориям граждан, освоить дополнительную общеразвивающую программу для детей:

— возможно использование специальных педагогических подходов и наиболее подходящих для этих лиц языков, методов, способов общения и условий, в максимальной степени способствующих получению образования определенного уровня и определенной направленности;

— проведение занятий в отдельных классах, группах;

— предоставление возможности проведения занятий с использованием дистанционных образовательных технологий и электронного обучения;

— выделение сотрудников АНО ВО «Центральный университет», сопровождающих лиц с ограниченными возможностями здоровья, при нахождении в учебном центре;

— частичное снижение учебной нагрузки с учётом состояния обучаемого;

— сокращение часов аудиторных занятий до приемлемого минимума;

— оборудование учебных классов лабораторным оборудованием, позволяющим пользоваться им в зависимости от возможностей лица с ограниченными возможностями;

— предоставление бесплатно специальных учебников и учебных пособий, иной учебной литературы, а также услуг сурдопереводчиков и тифлосурдопереводчиков;

— обеспечение подготовки педагогических работников, владеющих специальными педагогическими подходами и методами обучения обучающихся с ограниченными возможностями здоровья.

## 5. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ

### 5.1. Формы контроля

В процессе изучения курса в рамках текущего контроля успеваемости используются такие виды учебной работы, как лекции, семинары, тесты, проект.

### 5.2. Примерные задания текущего контроля успеваемости

#### Примерные задания к тесту по разделу «Вариативная часть (Трек «Продуктовый дизайн»)

##### Вопрос 1.

Что отражает User Flow в процессе проектирования продукта?

- A. Цветовую палитру интерфейса.
- B. Последовательность действий пользователя при достижении цели.
- C. Список используемых шрифтов.
- D. Техническую архитектуру базы данных.

Правильный ответ: B

##### Вопрос 2.

Какова основная цель коридорного тестирования?

- A. Проверка кода на наличие ошибок.
- B. Оценка скорости загрузки интерфейса.
- C. Быстрая проверка удобства интерфейса на реальных пользователях.
- D. Подбор цветовой схемы продукта.

Правильный ответ: C

##### Вопрос 3.

Какой принцип композиции помогает выстроить визуальную иерархию элементов интерфейса?

- A. Случайное размещение объектов.
- B. Использование единого размера для всех элементов.
- C. Контраст размеров и цветов.
- D. Отсутствие отступов между элементами.

Правильный ответ: С

**Вопрос 4.**

В чем основное отличие интерактивного прототипа от низкоуровневого скетча?

- A. Интерактивный прототип позволяет воспроизводить сценарии взаимодействия.
- B. Скетч создается только в графическом редакторе.
- C. Интерактивный прототип не требует обратной связи.
- D. Скетч используется только программистами.

Правильный ответ: А

**Вопрос 5.**

Какой принцип лежит в основе итеративного дизайна?

- A. Однократная разработка без изменений.
- B. Постепенное улучшение продукта на основе обратной связи.
- C. Полная разработка интерфейса без тестирования.
- D. Создание максимально детализированной версии с первого раза.

Правильный ответ: В

**Примерные задания к тесту по разделу «Вариативная часть  
(Трек «Бизнес»)**

**Вопрос 1.**

Какой элемент Business Model Canvas описывает, какую ценность продукт приносит клиенту?

- A. Потоки доходов
- B. Ключевые партнеры
- C. Ценностное предложение
- D. Структура издержек

Правильный ответ: С

**Вопрос 2.**

Что в бизнес-модели отражает способы взаимодействия компании с клиентами для продажи продукта?

- A. Каналы продаж
- B. Ключевые ресурсы
- C. Производственные процессы
- D. Организационная структура

Правильный ответ: A

**Вопрос 3.**

Что показывает положительное значение разницы между доходом с пользователя (LTV) и стоимостью его привлечения (CAC)?

- A. Продукт убыточен
- B. Привлечение пользователей неэффективно
- C. Модель монетизации отсутствует
- D. Продукт потенциально прибыльный

Правильный ответ: D

**Вопрос 4.**

Что характеризует точка безубыточности ИТ-продукта?

- A. Момент запуска маркетинговой кампании
- B. Объем продаж, при котором доходы равны расходам
- C. Максимальную прибыль компании
- D. Количество сотрудников в команде

Правильный ответ: B

**Вопрос 5.**

Что является первым шагом при разработке маркетинговой стратегии для ИТ-продукта?

- A. Запуск рекламной кампании
- B. Определение целевой аудитории
- C. Создание логотипа
- D. Выбор офиса для компании

Правильный ответ: B

**Примерные задания к тесту по разделу «Вариативная часть  
(Трек «Разработка»)»**

**Вопрос 1.**

Какая из перечисленных задач относится к серверной части приложения?

- A. Отображение кнопок и анимаций на странице
- B. Обработка HTTP-запросов и работа с базой данных
- C. Настройка цветовой палитры интерфейса
- D. Верстка страницы с помощью CSS

Правильный ответ: B

**Вопрос 2.**

Какой инструмент может использоваться для создания простого сервера на Python?

- A. React
- B. Flask
- C. Figma
- D. Bootstrap

Правильный ответ: B

**Вопрос 3.**

Какая технология отвечает за структуру веб-страницы?

- A. CSS
- B. JavaScript
- C. HTML
- D. Node.js

Правильный ответ: C

**Вопрос 4.**

Как frontend-приложение обычно взаимодействует с backend-сервисом?

- A. Через графический редактор
- B. Через API-запросы
- C. Через текстовый файл
- D. Через компиляцию CSS

Электронный документ

Правильный ответ: В

### **Вопрос 5.**

Какой способ позволяет добавить в приложение функцию обработки текста с использованием искусственного интеллекта?

- A. Использование CSS-анимаций
- B. Подключение AI через API
- C. Создание HTML-таблицы
- D. Настройка локальной базы данных

Правильный ответ: В

## **Примерное описание задания и критерии оценивания проекту**

### **Цель проекта**

Разработать и представить минимально жизнеспособный продукт (MVP), решающий реальную проблему целевой аудитории, в составе команды, интегрируя знания и инструменты, полученные в ходе образовательной программы.

### **Задачи и этапы выполнения проекта**

#### **1. Исследование и формулирование проблемы**

Команда должна:

- Определить актуальную проблему, опираясь на качественные и количественные исследования.
- Провести анализ рынка и конкурентной среды.
- Сформулировать продуктовые гипотезы с использованием методологии Jobs-To-Be-Done.
- Обосновать ценность решения для конкретной целевой аудитории.

#### **2. Формирование продуктовой концепции**

Команда должна:

- Сформулировать ценностное предложение продукта.
- Определить ключевые пользовательские сценарии и функции.

- Распределить роли в смешанной команде с учетом компетенций участников.
- Согласовать продуктовые, технические и экономические решения.

### **3. Разработка MVP**

Проект должен включать результаты всех направлений подготовки:

#### **Продуктовый дизайн:**

- Построение User Flow и создание прототипа (от концепции до кликабельной версии).
- Проведение UX-тестирования и доработка интерфейса.

#### **Бизнес-проработка:**

- Разработка бизнес-модели (Business Model Canvas).
- Расчет базовой юнит-экономики и оценка жизнеспособности продукта.
- Формирование маркетинговой стратегии.

#### **Техническая реализация:**

- Создание базового функционала frontend и backend.
- Интеграция компонентов через API.
- При необходимости — внедрение AI-функционала.

### **4. Тестирование и доработка**

Команда должна:

- Провести пользовательское, продуктивное и/или техническое тестирование MVP.
- Проанализировать обратную связь и ключевые метрики.
- Улучшить продукт с учетом UX, бизнес-экономики и технических ограничений.

### **5. Подготовка и защита проекта**

Защита включает два этапа:

#### **Этап 1 — Питчинг**

- Структурированная презентация: проблема → решение → рынок → экономика → конкурентные преимущества → перспективы.

- Демонстрация MVP и аргументация принятых решений.

## **Этап 2 — ЭКСПО**

- Представление продукта в формате стендовой сессии.
- Интерактивная демонстрация MVP.
- Адаптация коммуникации под разные аудитории

### **Критерии оценивания проекта**

#### **1. Обоснованность продуктовой идеи**

Насколько глубоко исследована проблема и корректно определена целевая аудитория.

#### **2. Качество реализации MVP**

Работоспособность, продуманность функционала и соответствие заявленной ценности.

#### **3. Интеграция знаний выбранного трека**

Применение инструментов продуктового дизайна / бизнеса / разработки в соответствии с образовательной программой.

#### **4. Логика и убедительность презентации**

Структурированность питча, ясность аргументации, умение отвечать на вопросы жюри.

#### **5. Командная работа и вклад участников**

Согласованность действий, распределение ролей, взаимодействие внутри команды.