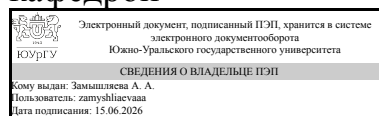


ЮЖНО-УРАЛЬСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

УТВЕРЖДАЮ:
Заведующий выпускающей
кафедрой



А. А. Замышляева

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

дисциплины 1.Ф.М0.09 Стратегический продуктовый менеджмент
для направления 02.04.02 Фундаментальная информатика и информационные технологии

уровень Магистратура

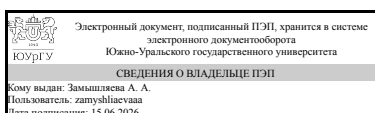
магистерская программа Продуктовая разработка и управление ИИ-проектами

форма обучения очная

кафедра-разработчик Центр ОП топ-уровня в сфере ИИ "ВиртУм"

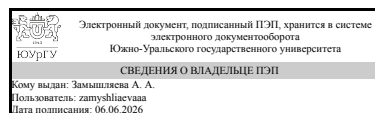
Рабочая программа составлена в соответствии с ФГОС ВО по направлению подготовки 02.04.02 Фундаментальная информатика и информационные технологии, утверждённым приказом Минобрнауки от 23.08.2017 № 811

Зав.кафедрой разработчика,
д.физ.-мат.н., проф.



А. А. Замышляева

Разработчик программы,
д.физ.-мат.н., проф., профессор



А. А. Замышляева

1. Цели и задачи дисциплины

Цель дисциплины: Сформировать у студентов компетенции стратегического руководителя продукта (CPO — Chief Product Officer, в переводе с английского «директор по продукту»): способность формулировать долгосрочное видение продукта на основе ИИ, выбирать рыночную позицию и обосновывать стратегические решения, разрабатывать дорожную карту развития продукта и продуктовой линейки, выстраивать защитные барьеры (конкурентные «рвы»), управлять переходом от соответствия продукта рынку (Product-Market Fit — состояние, когда продукт устойчиво удовлетворяет потребности целевого сегмента) к масштабированию, а также принимать ключевые стратегические решения в условиях технологической неопределённости, характерной для ИИ-индустрии.

Задачи дисциплины:

- Изучить структуру и инструменты продуктовой стратегии: видение продукта, миссия, стратегические темы, стратегические ставки (bets — крупные продуктовые гипотезы с высокими ставками); связь продуктовой стратегии с корпоративной.
- Освоить методики стратегического анализа рынка ИИ-продуктов: анализ пяти конкурентных сил Портера, цепочка создания ценности, анализ влияния среды (политика — экономика — общество — технологии — экология — право), карта стратегических групп.
- Изучить теорию соответствия продукта рынку (Product-Market Fit): признаки достижения, методы измерения (опрос Шона Эллиса — выявление доли пользователей, которые сильно расстроятся без продукта), стадии перехода к масштабированию.
- Освоить концепцию конкурентных «рвов» (moats — устойчивых преимуществ, защищающих продукт от копирования) применительно к ИИ-продуктам: данные, эффекты обучения модели, сетевые эффекты, переключательные издержки, дистрибуция.
- Изучить теорию подрывных инноваций (по Клейтону Кристенсену — модель появления новых технологий, вытесняющих ведущие компании отрасли) и применить её к рынку ИИ: где ИИ выступает подрывной силой, а где — поддерживающей инновацией.
- Сформировать навыки построения и защиты стратегической дорожной карты продукта (Strategic Roadmap): структура «сейчас — следующее — потом» (now — next — later), связь с целями и ключевыми результатами (OKR — Objectives and Key Results, метод управления через цели и измеримые результаты), главным показателем продукта (North Star Metric — единый показатель долгосрочной ценности продукта).
- Освоить стратегические рамки выбора между собственной разработкой и партнёрством применительно к ИИ: «создать — купить — заключить партнёрство — использовать готовый интерфейс» (build — buy — partner — use API), «вертикальная специализация — горизонтальная универсальность», «открытая модель — закрытая модель» (open-source vs proprietary).
- Изучить платформенные стратегии и стратегии экосистем для ИИ-продуктов: двусторонние рынки, сетевые эффекты, стратегия «магазина приложений» (marketplace), API-первая стратегия (продукт как программный интерфейс для внешних разработчиков).
- Сформировать понимание стратегии выхода на международные рынки и в новые сегменты: матрица «продукт — рынок» Игоря Ансоффа, локализация ИИ-продукта, регуляторные ограничения по странам.
- Освоить инструменты управления продуктовым портфелем компании: матрица Бостонской консультативной группы (БКГ), модель «горизонтов роста» (Three Horizons of Growth — три горизонта развития: текущий бизнес, новые направления, поисковые ставки), методы приоритизации продуктов в портфеле.
- Развить навыки стратегического лидерства продуктового руководителя: влияние без

формальной власти, защита стратегии перед советом директоров и инвесторами, согласование стратегии с командой и смежными подразделениями.

Краткое содержание дисциплины

Дисциплина «Стратегический продуктовый менеджмент» завершает обучение в магистратуре и носит синтезирующий характер: она объединяет знания, полученные в курсах по управлению проектами, доходностью, маркетингу, исследованиям пользователей и проектированию интеллектуальных систем, в единый горизонт стратегических решений на уровне продукта и продуктовой линейки. В отличие от операционного управления, рассматриваемого ранее (управление спринтами, бэклогом, командой, бюджетом одного проекта), стратегический продуктовый менеджмент сосредоточен на длинном горизонте — 1–5 лет — и отвечает на вопросы: куда движется продукт, почему именно туда, что отличает его от конкурентов, как формируется и удерживается конкурентное преимущество в условиях быстро меняющегося рынка искусственного интеллекта. Изучаются следующие разделы: "Продуктовая стратегия: понятие, структура, связь с корпоративной стратегией"; "Стратегический анализ рынка ИИ-продуктов и конкурентной среды"; "Соответствие продукта рынку и переход к масштабированию"; "Конкурентные преимущества и «рвы» ИИ-продукта"; "Подрывные инновации, технологические циклы и жизненный цикл продукта"; "Стратегические выборы в ИИ-продуктах: построение собственной модели, использование готовых интерфейсов, открытость"; "Платформенные и экосистемные стратегии. Стратегия выхода на новые рынки"; "Стратегическая дорожная карта, целеполагание и управление продуктовым портфелем".

2. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины

Планируемые результаты освоения ОП ВО (компетенции)	Планируемые результаты обучения по дисциплине
УК-2 Способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла	Знает: этапы жизненного цикла проекта, принципы стратегического управления продуктом и методы принятия проектных решений Умеет: определять цели и приоритеты проекта, планировать реализацию продукта на разных этапах жизненного цикла и оценивать стратегические последствия управленческих решений Имеет практический опыт: разработки продуктовой стратегии, планирования ключевых этапов проекта и обоснования решений по развитию продукта
ПК-3 Способен инициировать проекты в области информационных технологий и искусственного интеллекта, выявлять потребности заказчика и пользователей, определять цели, результаты, ограничения, заинтересованные стороны и критерии успешности проекта	Знает: подходы к инициированию продуктовых и ИИ-проектов, методы определения целей, ожидаемых результатов, ограничений и критериев успешности с учетом интересов заказчика, пользователей и бизнеса Умеет: формулировать цели и параметры ИИ-проекта, выявлять ключевые потребности заинтересованных сторон, определять

	ограничения и критерии успешности в логике продуктовой стратегии Имеет практический опыт: обоснования запуска ИИ-продукта, определения его стратегических параметров и согласования целей проекта с потребностями пользователей и задачами бизнеса
ПК-4 Способен планировать реализацию проектов в области информационных технологий и искусственного интеллекта, включая определение этапов и содержания работ, сроков, ресурсов, рисков, метрик и механизмов контроля	Знает: подходы к стратегическому и проектному планированию, методы определения этапов реализации продукта, распределения ресурсов, оценки рисков и выбора метрик контроля Умеет: подходы к стратегическому и проектному планированию, методы определения этапов реализации продукта, распределения ресурсов, оценки рисков и выбора метрик контроля Имеет практический опыт: разработки плана развития продукта, определения ключевых этапов реализации проекта и выбора метрик и механизмов контроля для оценки достижения стратегических целей

3. Место дисциплины в структуре ОП ВО

Перечень предшествующих дисциплин, видов работ учебного плана	Перечень последующих дисциплин, видов работ
Управление доходностью ИИ-продукта, Основы PR и маркетинга для ИИ-продуктов, Продуктовые исследования, Управление ИИ-проектами, Финансовое планирование ИТ-продукта, Управление ИТ-проектами, Процессы и методологии разработки решений на основе ИИ, Системный и бизнес-анализ, Производственная практика (технологическая) (3 семестр), Учебная практика (технологическая) (3 семестр)	Не предусмотрены

Требования к «входным» знаниям, умениям, навыкам студента, необходимым при освоении данной дисциплины и приобретенным в результате освоения предшествующих дисциплин:

Дисциплина	Требования
Системный и бизнес-анализ	Знает: методы системного и бизнес-анализа для выявления, структурирования и оценки проблемных ситуаций, методы выявления и анализа потребностей заказчика и пользователей, подходы к постановке целей проекта и определению его ограничений и критериев успешности Умеет: осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода и формулировать возможные стратегии их решения, выявлять потребности заинтересованных сторон, формулировать цели и

	ожидаемые результаты проекта, определять ограничения и значимые условия его реализации Имеет практический опыт: анализа требований, выявления причинно-следственных связей и обоснования решений в профессиональных задачах
Продуктовые исследования	Знает: подходы к планированию продуктовых исследований, методы определения этапов работ, исследовательских метрик и критериев оценки результатов, методы исследования потребностей пользователей и заказчиков, подходы к выявлению проблем, формулированию целей проекта и определению критериев его успешности, методы исследования пользовательских потребностей, анализа продуктовых гипотез и оценки проблемных ситуаций в условиях неопределенности Умеет: планировать проведение продуктовых исследований, определять последовательность исследовательских задач, необходимые ресурсы, риски и способы контроля качества получаемых данных, осуществлять критический анализ продуктовых проблем, интерпретировать результаты исследований и вырабатывать стратегию дальнейших действий Имеет практический опыт: проведения продуктовых исследований, анализа пользовательских данных и обоснования решений по развитию продукта
Управление ИИ-проектами	Знает: этапы и методы управления ИИ-проектами, технологии и этические принципы искусственного интеллекта Умеет: формулировать цели, планировать этапы и координировать команду ИИ-проекта Имеет практический опыт: применения ИТ-систем и инструментов для управления и реализации ИИ-проектов
Управление доходностью ИИ-продукта	Знает: принципы управления проектом на разных этапах его жизненного цикла, методы оценки экономической эффективности и подходы к управлению доходностью ИИ-продукта, подходы к определению целей и результатов ИИ-проекта, методы выявления ограничений и критериев успешности, а также основы оценки экономической целесообразности продуктовых решений Умеет: планировать этапы реализации ИИ-продукта, определять ключевые ресурсы, учитывать экономические риски и выбирать показатели контроля и оценки результативности проекта, планировать проектные решения с учетом целей, ресурсов и показателей доходности продукта, оценивать экономические последствия управленческих действий на разных этапах жизненного цикла, определять цели и ожидаемые результаты ИИ-проекта, учитывать ресурсные и экономические ограничения,

	формулировать критерии успешности с учетом потребностей заказчика и пользователей Имеет практический опыт:
Управление ИТ-проектами	Знает: этапы жизненного цикла проекта, методы разработки и управления проектами Умеет: определять целевые этапы проекта и основные направления работ Имеет практический опыт: применения информационных технологий и систем управления ИТ-проектами
Финансовое планирование ИТ-продукта	Знает: основные принципы финансового планирования ИТ-проектов, возникающие при этом риски и механизмы их контроля Умеет: Имеет практический опыт: финансового планирования ИТ-продукта, финансового планирования проектов в области информационных технологий
Процессы и методологии разработки решений на основе ИИ	Знает: подходы к планированию проектов в области информационных технологий и искусственного интеллекта, методы определения этапов, содержания работ, сроков, ресурсов, рисков и показателей контроля Умеет: разрабатывать план реализации ИТ- и ИИ-проекта, определять последовательность работ, оценивать необходимые ресурсы и риски, выбирать метрики и механизмы контроля выполнения проекта Имеет практический опыт: планирования этапов разработки ИИ-решений, определения параметров реализации проекта и обоснования средств контроля его выполнения
Основы PR и маркетинга для ИИ-продуктов	Знает: современные коммуникативные технологии, основы профессиональной коммуникации и принципы продвижения ИИ-продуктов в академической и профессиональной среде, подходы к анализу целевых аудиторий и заинтересованных сторон, методы выявления пользовательских потребностей и принципы определения целей и критериев успешности ИИ-продукта Умеет: использовать современные средства коммуникации для представления ИИ-продукта, выстраивать взаимодействие с различными аудиториями и адаптировать сообщения под цели профессионального общения, выявлять ожидания и потребности целевых аудиторий, учитывать их при формулировании целей проекта и определении значимых результатов и критериев успешности Имеет практический опыт:
Производственная практика (технологическая) (3 семестр)	Знает: Умеет: инициировать ИИ-проект, выявлять потребности заказчика и пользователей, определять заинтересованные стороны, формулировать цели и ожидаемые результаты проекта, а также устанавливать ограничения и критерии его успешности Имеет практический опыт: участия в инициации и реализации ИИ-проекта, выявления

	потребностей заказчика и пользователей, определения целей, ожидаемых результатов и ограничений проекта, согласования интересов заинтересованных сторон и обоснования критериев успешности проектных решений в инициации и реализации ИИ-проекта
Учебная практика (технологическая) (3 семестр)	Знает: Умеет: планировать реализацию ИИ-проекта, определять последовательность и содержание этапов работ, оценивать необходимые ресурсы, риски и сроки, распределять роли участников команды и выбирать метрики и механизмы контроля выполнения проекта Имеет практический опыт: планирования этапов и сроков реализации ИИ-проекта, определения содержания работ и необходимых ресурсов, распределения ролей участников команды на каждом этапе, а также обоснования выбора метрик и механизмов контроля выполнения проектных заданий

4. Объём и виды учебной работы

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 з.е., 144 ч., 46,5 ч. контактной работы

Вид учебной работы	Всего часов	Распределение по семестрам в часах
		Номер семестра
		4
Общая трудоёмкость дисциплины	144	144
<i>Аудиторные занятия:</i>	36	36
Лекции (Л)	12	12
Практические занятия, семинары и (или) другие виды аудиторных занятий (ПЗ)	24	24
Лабораторные работы (ЛР)	0	0
<i>Самостоятельная работа (СРС)</i>	97,5	97,5
Изучение рекомендованной литературы и кейсов стратегических решений в ИИ-компаниях	20	20
Подготовка к практическим занятиям	16	16
анализ публичных стратегий и финансовых отчётов ИИ-компаний (OpenAI, Anthropic, Mistral, российские ИИ-компании)	21,5	21.5
Чтение материалов ведущих практиков продуктового менеджмента (Марти Кейган, Эйприл Данфорд, Ленни Рачицкий и другие)	20	20
Подготовка к итоговой защите и экзамену	20	20
Консультации и промежуточная аттестация	10,5	10,5
Вид контроля (зачет, диф.зачет, экзамен)	-	экзамен

5. Содержание дисциплины

№	Наименование разделов дисциплины	Объем аудиторных занятий по
---	----------------------------------	-----------------------------

раздела		видам в часах			
		Всего	Л	ПЗ	ЛР
1	Продуктовая стратегия: понятие, структура, связь с корпоративной стратегией	6	2	4	0
2	Стратегический анализ рынка ИИ-продуктов и конкурентной среды	6	2	4	0
3	Конкурентные преимущества и «рвы» ИИ-продукта	6	2	4	0
4	Подрывные инновации, технологические циклы и жизненный цикл продукта	6	2	4	0
5	Платформенные и экосистемные стратегии. Стратегия выхода на новые рынки.	6	2	4	0
6	Стратегическая дорожная карта, целеполагание и управление продуктовым портфелем	6	2	4	0

5.1. Лекции

№ лекции	№ раздела	Наименование или краткое содержание лекционного занятия	Кол-во часов
1	1	Продуктовая стратегия и операционное управление продуктом: различия. Структура стратегии: видение, миссия, стратегические темы, стратегические ставки (bets — крупные продуктовые гипотезы). Связь с корпоративной стратегией. Признаки «хорошей» стратегии по Ричарду Румельту (диагноз, направляющая политика, согласованные действия).	2
2	2	Стратегический анализ рынка ИИ-продуктов. Модель «политика — экономика — общество — технологии — экология — право». Пять конкурентных сил Портера применительно к рынку ИИ. Карта стратегических групп. Особенности рынка генеративного ИИ: быстрая смена лидерства, роль компаний-«посредников» над чужими моделями.	2
3	3	Соответствие продукта рынку (Product-Market Fit — устойчивое удовлетворение потребностей сегмента): признаки и методы измерения. Опрос Шона Эллиса. Кривая удержания (retention curve). Преждевременное масштабирование и стратегические задачи стадии роста. Конкурентные «рвы» (moats — устойчивые барьеры от копирования) ИИ-продукта: преимущество за счёт данных, эффект обучения модели на пользовательских данных, сетевые эффекты, переключаемые издержки, дистрибуция, бренд. Обесценивание «чистой модели» (model commoditisation) и важность встроенности в рабочий процесс.	2
4	4	Подрывные инновации Клейтона Кристенсена: подрывные и поддерживающие инновации. S-образная кривая зрелости технологии. Диффузия инноваций по Эверетту Роджерсу. «Пропасть» Джефффри Мура между ранними последователями и ранним большинством. ИИ как подрывная и как поддерживающая сила в разных отраслях. Матрица «создать — купить — заключить партнёрство — использовать готовый интерфейс» (build — buy — partner — use API). Собственная модель против внешнего интерфейса: затраты, риски зависимости от поставщика (vendor lock-in), скорость вывода на рынок. Стратегии «вертикальная специализация / горизонтальная универсальность» и «открытая / закрытая модель».	2
5	5	Платформенные стратегии: двусторонние рынки, сетевые эффекты, проблема «курицы и яйца». Стратегия «программный интерфейс на первом месте» (API-first). Стратегия выхода на новые рынки по матрице Игоря Ансоффа. Локализация ИИ-продукта: языковая, культурная, регуляторная.	2
6	6	Стратегическая дорожная карта продукта «сейчас — следующее — потом» (now — next — later). Главный показатель продукта (North Star Metric) и	2

		спутниковые показатели. Цели и ключевые результаты (OKR — Objectives and Key Results). Управление продуктовым портфелем: матрица БКГ, модель «трёх горизонтов роста». Защита стратегии перед советом директоров и командой.	
--	--	---	--

5.2. Практические занятия, семинары

№ занятия	№ раздела	Наименование или краткое содержание практического занятия, семинара	Кол-во часов
1	1	Разбор «слоганной» стратегии ИИ-компании по Ричарду Румельту. Переписывание её через диагноз, направляющую политику и набор согласованных действий.	2
2	1	Видение продукта и стратегические темы для учебного ИИ-продукта: упражнение «пресс-релиз из будущего» (PR FAQ — формат Amazon: пресс-релиз о запуске через 3 года). Формулирование 3–5 стратегических тем на 12 месяцев.	2
3	2	Анализ внешней среды учебного ИИ-продукта по модели «политика — экономика — общество — технологии — экология — право». Формулирование 5–7 ключевых тенденций на горизонт 3 года.	2
4	2	Анализ пяти конкурентных сил Портера для учебного ИИ-продукта. Построение карты стратегических групп на конкурентном рынке.	2
5	3	Проверка соответствия продукта рынку (Product-Market Fit): опрос Шона Эллиса, анализ кривой удержания (retention curve). Постановка диагноза о соответствии. Разбор примеров преждевременного масштабирования (Premature Scaling — ускоренный рост до достижения соответствия рынку): анализ реальных провалов ИИ-стартапов, формулирование признаков готовности к стадии роста.	2
6	3	Картирование «рвов» (moats) учебного ИИ-продукта: оценка по шкале «слабый — средний — сильный» источников устойчивого преимущества (данные, сетевые эффекты, переключательные издержки, дистрибуция, бренд). План усиления. Разбор кейсов утраты конкурентного преимущества из-за обесценивания «чистой модели» (model commoditisation). Формулирование действий, которые могли бы сохранить «ров».	2
7	4	Применение теории подрывных инноваций к учебному ИИ-продукту: классификация (подрывная / поддерживающая), позиция на S-кривой, сегменты ранних приемателей по кривой Эверетта Роджерса. Преодоление «пропасти» Джеффри Мура: разработка стратегии «плацдарма» (beachhead — узкий сегмент для выхода к массовой аудитории) и ценностного предложения для раннего большинства.	2
8	4	Принятие решения «создать — купить — заключить партнёрство — использовать готовый интерфейс» (build — buy — partner — use API) для ключевого компонента учебного ИИ-продукта: матрица решения с учётом стоимости, скорости, рисков зависимости от поставщика. Стратегический выбор «вертикальная специализация / горизонтальная универсальность» и «открытая / закрытая модель» для учебного ИИ-продукта. Последствия выбора для дорожной карты на 3 года.	2
9	5	Проектирование платформенной стратегии: переход от закрытого продукта к открытой платформе (API-first). Решение проблемы «курицы и яйца», правила работы со сторонними разработчиками.	2
10	5	Стратегия выхода на новый рынок по матрице Игоря Ансоффа: выбор направления экспансии для учебного ИИ-продукта, план локализации (языковая, культурная, регуляторная).	2
11	6	Стратегическая дорожная карта «сейчас — следующее — потом» (now —	2

		next — later) с привязкой к видению, стратегическим темам, главному показателю продукта (North Star Metric) и OKR на квартал.	
12	6	Итоговая защита продуктовой стратегии: презентация целостной стратегии учебного ИИ-продукта (диагноз, политика, дорожная карта, «рвы», главный показатель, OKR) перед группой и приглашённым внешним экспертом.	2

5.3. Лабораторные работы

Не предусмотрены

5.4. Самостоятельная работа студента

Выполнение СРС			
Подвид СРС	Список литературы (с указанием разделов, глав, страниц) / ссылка на ресурс	Семестр	Кол-во часов
Изучение рекомендованной литературы и кейсов стратегических решений в ИИ-компаниях	ЭУМД: осн. лит. п. 1, 2; доп. лит. п. 3.	4	20
Подготовка к практическим занятиям	ЭУМД: осн. лит. п. 1, 2; доп. лит. п. 3.	4	16
анализ публичных стратегий и финансовых отчётов ИИ-компаний (OpenAI, Anthropic, Mistral, российские ИИ-компания)	нет	4	21,5
Чтение материалов ведущих практиков продуктового менеджмента (Марти Кейган, Эйприл Данфорд, Ленни Рачицкий и другие)	нет	4	20
Подготовка к итоговой защите и экзамену	ЭУМД: осн. лит. п. 1, 2; доп. лит. п. 3.	4	20

6. Фонд оценочных средств для проведения текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации

Контроль качества освоения образовательной программы осуществляется в соответствии с Положением о балльно-рейтинговой системе оценивания результатов учебной деятельности обучающихся.

6.1. Контрольные мероприятия (КМ)

№ КМ	Се-местр	Вид контроля	Название контрольного мероприятия	Вес	Макс. балл	Порядок начисления баллов	Учитывается в ПА
1	4	Текущий контроль	Защита практических работ ПЗ1–ПЗ4	1	5	– сформулирована стратегия «через выбор» (диагноз и фокус) – 1 балл; – описано видение и стратегические темы (пресс-релиз из будущего) — 1 балл; – проведён анализ внешней среды и тенденций — 1 балл;	экзамен

						– выполнен анализ пяти сил Портера — 1 балл; – построена карта стратегических групп — 1 балл. В остальных случаях баллы не начисляются.	
2	4	Текущий контроль	Защита практических работ ПЗ5–ПЗ6	1	4	– Выполнена диагностика соответствия продукта рынку (опрос Шона Элліса, кривая удержания) — 1 балл; – Проведён анализ преждевременного масштабирования — 1 балл; – Сделано картирование «рвов» и план усиления — 1 балл; – Сделан разбор разрушения преимущества — 1 балл. В остальных случаях баллы не начисляются.	экзамен
3	4	Текущий контроль	Защита практических работ ПЗ7–ПЗ8	1	4	– Определены позиции на S-кривой с помощью применения теории подрывных инноваций — 1 балл; – Проработаны преодоление «пропасти» Мура и стратегия «плацдарма» — 1 балл; – Заполнена матрица «создать — купить — партнёрство — интерфейс» — 1 балл; – Сделан верный выбор «специализация / универсальность» и «открытость / закрытость» — 1 балл. В остальных случаях баллы не начисляются.	экзамен
4	4	Текущий контроль	Защита практических работ ПЗ9–ПЗ11	1	6	– Разработана платформенная стратегия и решена проблема «курицы и яйца» — 2 балла; – Сформирована стратегия по матрице Ансоффа и план локализации — 2 балла; – Составлена дорожная карта «сейчас — следующее — потом», главный показатель и OKR — 2 балла. В остальных случаях баллы не начисляются.	экзамен
5	4	Текущий контроль	Итоговая защита стратегии	1	15	– Полнота стратегии (диагноз, политика, дорожная карта, «рвы», метрики) — от 0 до 5 баллов;	экзамен

						– Согласованность элементов между собой — от 0 до 5 баллов; – Качество защиты и ответов на вопросы внешнего эксперта — от 0 до 5 баллов. В остальных случаях баллы не начисляются.	
6	4	Промежуточная аттестация	Экзамен (устный)	-	9	Экзамен проводится в устной форме: 2 вопроса по теории и дополнительный вопрос. Каждый основной вопрос: полный ответ без замечаний — 3 балл, с недочётами — 2, с грубыми ошибками — 1, нет ответа — 0. Дополнительный вопрос: полный ответ без замечаний — 3 балл, с недочётами — 2, с грубыми ошибками — 1, нет ответа — 0.	экзамен

6.2. Процедура проведения, критерии оценивания

Вид промежуточной аттестации	Процедура проведения	Критерии оценивания
экзамен	На экзамене происходит оценивание учебной деятельности обучающихся по дисциплине на основе полученных оценок за контрольно-рейтинговые мероприятия текущего контроля. Студент может улучшить свой рейтинг, пройдя контрольное мероприятие промежуточной аттестации, которое не является обязательным. Контрольное мероприятие промежуточной аттестации проводится во время экзамена в виде устного опроса. Студенту задаются 2 вопроса из разных тем курса. Студенту дается 30 минут на подготовку ответов. Затем студент озвучивает свои ответы. Студенту задаётся ещё один дополнительный или уточняющий вопрос, на который он отвечает сразу, без дополнительной подготовки.	В соответствии с пп. 2.5, 2.6 Положения

6.3. Паспорт фонда оценочных средств

Компетенции	Результаты обучения	№ КМ					
		1	2	3	4	5	6
УК-2	Знает: этапы жизненного цикла проекта, принципы стратегического управления продуктом и методы принятия проектных решений	+					+
УК-2	Умеет: определять цели и приоритеты проекта, планировать реализацию продукта на разных этапах жизненного цикла и оценивать стратегические последствия управленческих решений	+	+	+			++
УК-2	Имеет практический опыт: разработки продуктовой стратегии, планирования ключевых этапов проекта и обоснования решений по развитию продукта				+	+	++
ПК-3	Знает: подходы к инициированию продуктовых и ИИ-проектов, методы определения целей, ожидаемых результатов, ограничений и критериев успешности с учетом интересов заказчика, пользователей и бизнеса	+					+
ПК-3	Умеет: формулировать цели и параметры ИИ-проекта, выявлять ключевые потребности заинтересованных сторон, определять ограничения и критерии успешности в логике продуктовой стратегии	+	+	+			++

ПК-3	Имеет практический опыт: обоснования запуска ИИ-продукта, определения его стратегических параметров и согласования целей проекта с потребностями пользователей и задачами бизнеса			+	+	+	+
ПК-4	Знает: подходы к стратегическому и проектному планированию, методы определения этапов реализации продукта, распределения ресурсов, оценки рисков и выбора метрик контроля	+					+
ПК-4	Умеет: подходы к стратегическому и проектному планированию, методы определения этапов реализации продукта, распределения ресурсов, оценки рисков и выбора метрик контроля	+	+	+		+	+
ПК-4	Имеет практический опыт: разработки плана развития продукта, определения ключевых этапов реализации проекта и выбора метрик и механизмов контроля для оценки достижения стратегических целей				+	+	+

Типовые контрольные задания по каждому мероприятию находятся в приложениях.

7. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

Печатная учебно-методическая документация

а) *основная литература:*

Не предусмотрена

б) *дополнительная литература:*

Не предусмотрена

в) *отечественные и зарубежные журналы по дисциплине, имеющиеся в библиотеке:*

Не предусмотрены

г) *методические указания для студентов по освоению дисциплины:*

1. Методические указания

из них: *учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студента:*

1. Методические указания

Электронная учебно-методическая документация

№	Вид литературы	Наименование ресурса в электронной форме	Библиографическое описание
1	Основная литература	ЭБС издательства Лань	Рис, Э. Бизнес с нуля: Метод Lean Startup для быстрого тестирования идей и выбора бизнес-модели / Э. Рис ; перевод А. Стативка. — 5-е изд. — Москва : Альпина Паблишер, 2016. — 255 с. — ISBN 978-5-9614-5405-5. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/88399
2	Основная литература	ЭБС издательства Лань	Баланов, А. Н. Продакт-менеджмент : учебник для вузов / А. Н. Баланов. — 2-е изд., стер. — Санкт-Петербург : Лань, 2026. — 668 с. — ISBN 978-5-507-55181-1. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/520716
3	Дополнительная литература	ЭБС издательства	Гольдштейн, А. Л. Построение моделей бизнес-процессов : учебно-методическое пособие / А. Л. Гольдштейн. — Пермь

	Лань	: ПНИПУ, 2022. — 185 с. — ISBN 978-5-398-02860-7. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/328883
--	------	---

Перечень используемого программного обеспечения:

1. Microsoft-Office(бессрочно)

Перечень используемых профессиональных баз данных и информационных справочных систем:

Нет

8. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Вид занятий	№ ауд.	Основное оборудование, стенды, макеты, компьютерная техника, предустановленное программное обеспечение, используемое для различных видов занятий
Практические занятия и семинары	332 (36)	Персональные компьютеры с доступом в Интернет, ПО
Лекции	336 (36)	Проектор / интерактивная доска, ПК, доступ в Интернет, браузер, инструменты презентации