



УТВЕРЖДАЮ
Заместитель директора Ур СЭИ (филиал)
ОУП ВО «АТиСО» по УВР

О.В. Зубкова

«21» апреля 2026 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

УПРАВЛЕНИЕ ПРОДУКТОМ

Направление подготовки
42.03.01. Реклама и связи с общественностью
(код и наименование направления подготовки)

Направленность (профиль)
Реклама и связи с общественностью

Квалификация выпускника
бакалавр
(бакалавр, магистр)

Кафедра: Общественных и гуманитарных дисциплин

Разработчики программы:

Кандидат пед. наук, доцент кафедры ОиГД Д.В. Стукалов
Программа обсуждена на заседании кафедры ОиГД

Заведующий кафедрой ОиГД

О.В. Зубкова

«21» апреля 2026 г.

Оглавление

1.	ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ ИЗУЧЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ).....	3
2.	ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)	3
2.1	Планируемые результаты обучения по дисциплине.....	3
2.2	Результаты освоения образовательной программы:	4
3.	МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ.....	4
4.	ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) И ВИДЫ УЧЕБНОЙ РАБОТЫ	4
5.	СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)	5
5.1	Содержание дисциплины (модуля).....	5
5.2	Разделы/темы дисциплины, их трудоемкость и виды занятий	7
6.	ПЕРЕЧЕНЬ УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ ДЛЯ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ).....	8
7.	ОСНОВНАЯ И ДОПОЛНИТЕЛЬНАЯ УЧЕБНАЯ ЛИТЕРАТУРА.....	11
8.	ПЕРЕЧЕНЬ ПРОГРАММНОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ, ИНФОРМАЦИОННЫХ СПРАВОЧНЫХ СИСТЕМ И ИНТЕРНЕТ - РЕСУРСОВ, НЕОБХОДИМЫХ ДЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)	11
9.	ТРЕБОВАНИЯ К МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОМУ И УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОМУ ОБЕСПЕЧЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ).....	12
10.	ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ	12
11.	ПРОВЕРКА СФОРМИРОВАННОСТИ КОМПЕТЕНЦИЙ.....	13

1. ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ ИЗУЧЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)**Цель:**

развить компетенции, необходимые для успешной карьеры на должности product-менеджера., изучить подходы и инструменты, используемые в управлении продуктами.

Задачи:

- изучить позицию Продакт-менеджера в компании, его функциональные обязанности, ответственность, требования к квалификации.
- сформировать знания о жизненном цикле управления продуктом и мастер-плане продукта;
- знать подходы и методы генерирования идей;
- сформировать умения и навыки осуществления маркетинговой аналитики и исследования «голоса клиента»;
- сформировать основы Дизайн-мышления;
- изучить сущность Stage-Gate подхода к разработке новых продуктов;
- изучить сущность Эджайл подходов к разработке новых продуктов;
- сформировать систему знаний о специфике формирования финансов компании и методах прогнозировании продаж нового продукта.

2. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)**2.1 Планируемые результаты обучения по дисциплине**

Освоение дисциплины направлено на формирование у студентов следующих компетенций:

Универсальных компетенций и индикаторов их достижения

Категория универсальных компетенций	Код и наименование универсальной компетенции	Код и наименование индикатора достижения универсальной компетенции
Экономическая культура, в том числе финансовая грамотность	УК-9. Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности	УК-9.1. Знает методы подготовки, принятия и реализации экономических управленческих решений. УК-9.2. Умеет принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности. УК-9.3. Владеет навыками критического анализа экономических решений в различных областях жизнедеятельности.

Профессиональных компетенций и индикаторов их достижения

Категория профессиональных компетенций	Код и наименование профессиональной компетенции	Код и наименование индикатора достижения профессиональной компетенции
Организация процесса создания коммуникационного продукта	ПКО-1. Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий	ПКО-1.1. Выполняет функционал линейного менеджера в рамках текущей деятельности отдела по рекламе и (или) связям с общественностью и (или) при реализации коммуникационного проекта по рекламе и связям с общественностью ПКО-1.2. Осуществляет тактическое планирование мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии ПКО-1.3. Участвует в организации внутренних коммуникаций и мероприятий по формированию корпоративной идентичности и корпоративной

	культуры
--	----------

2.2. Результаты освоения образовательной программы:

В результате изучения дисциплины студент должен:

Знать:

- позицию Продакт-менеджера в компании, его функциональные обязанности, ответственность, требования к квалификации;
- жизненный цикл управления продуктом и мастер-план продукта;
- подходы и методы генерирования идей;
- сущность Stage-Gate подхода к разработке новых продуктов;
- сущность Эджайл подходов к разработке новых продуктов;
- специфику формирования финансов компании и методах прогнозировании продаж нового продукта

Уметь:

- осуществлять маркетинговую аналитику и исследования «голоса клиента»;
- управлять продуктами;
- осуществлять оценку эффективности деятельности по управлению продуктами;

Владеть:

- навыками Дизайн-мышления;
- навыками product-менеджмента.

3. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Согласно ФГОС и ОПОП по направлению 42.03.01 Реклама и связи с общественностью дисциплина «Управление продуктом» относится к дисциплинам части учебного плана, формируемой участниками образовательных отношений (**Б1.В.03**).

Изучение курса базируется на знаниях следующих дисциплин: «Основы маркетинга», «Экономическая теория» предшествует дисциплинам «Теория и практика продаж», «Проектное управление».

4. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) И ВИДЫ УЧЕБНОЙ РАБОТЫ

Объем дисциплины	Всего часов		
	Для очной формы обучения	Для очно-заочной формы обучения	Для заочной формы обучения
Общая трудоемкость дисциплины (зачетных единиц/часов)	4/144	-	4/144
Контактная работа обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) (всего)	56		14
в том числе:		-	
Лекции	18	-	4
Семинары, практические занятия	36	-	10
Контактная работа на зачете	2	-	
Самостоятельная работа обучающегося (всего)	88	-	126
Вид промежуточной аттестации (зачет, зачет с оценкой, экзамен)	Зачет	-	Зачет (4)

5. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

5.1 Содержание дисциплины (модуля)

Тема 1. Продакт-менеджер: позиция в компании, функциональные обязанности, ответственность, квалификация.

Менеджер по продукту как должность в компании: обязанности и квалификация.

Функции менеджера по продукту. Архетипы менеджера продукта. Руководители проектов и программ. Архетипы продуктовых менеджеров: технолог, универсалист, бизнес-ориентированный. Менеджеры по продуктам в разных компаниях. Переход к менеджеру по продукту из разных областей. Правильный опыт для менеджера по продукту. Как подготовить резюме.

Тема 2. Жизненный цикл управления продуктом и мастер план продукта

Модель жизненного цикла управления продуктом и генеральный план продукта.

Общая модель жизненного цикла управления продуктом: открытие и инновации, фазы планирования нового продукта, фазы внедрения нового продукта (исполнения), управление продуктом после запуска. Основная конструкция продукта, генплан продукта и продуктовой линейки, бизнес-документы, стратегические планы, бизнес-кейсы, требования к продукции (PRDs), дорожные карты запуска продуктов, планы маркетинга, планы прекращения производства продукта, функциональные планы (FSPs), планы функциональные поддержки: маркетинга, развития продукта, финансов, продаж, цепочки поставок, обслуживания клиентов, планы функциональной поддержки правовых и нормативных аспектов, операций.

Тема 3. Генерирование идей

Генерирование идей как отправная точка всех моделей разработки продукта.

Система захвата и обработки идей. Основные источники идей нового продукта. Методы «голоса клиента»: ethnographic research, customer visit teams, customer focus groups, lead user (innovative user) analysis, the customer or user designs, customer brainstorming and inverse brainstorming, customer advisory board or panel, community of enthusiasts [этнографические исследования, группы посещения клиентов, фокус-группы клиентов, анализ ведущего пользователя (инновационного пользователя), дизайн клиента или пользователя, мозговой штурм клиента и обратный мозговой штурм, консультативный совет или панель клиентов, сообщество энтузиастов]. Стратегические методы генерации идей: disruptions in market, core competencies assessment, peripheral vision, competitive analysis [сбои на рынке, оценка ключевых компетенций, периферийное видение, конкурентный анализ]. Методы открытых инноваций: partners and vendors, accessing the external technical community, scanning small businesses and business start-ups, external product designs, external submission of ideas, external idea contest [партнеры и поставщики, доступ к внешнему техническому сообществу, сканирование малого бизнеса и бизнес-стартапов, внешний дизайн продукта, внешняя подача идей, внешний конкурс идей]. Разработка технологий и фундаментальные исследования. Патентное картирование. Роль ментальной подготовки. Как менеджмент может стимулировать генерацию идей. Техники генерации идей. Мозговая атака. Номинальная Групповая Техника. ТРИЗ. Кетчбол. Геймсторминг.

Тема 4. Маркетинговая аналитика и «голос клиента»

Аналитика рынка и голос клиента для менеджера по продукту.

Информация, которую клиенты не могут предоставить. Информация, которую могут предоставить клиенты. Методы глубокого понимания потребностей клиентов. Качественные методы для более глубокого понимания: Ethnography, Netnography, Site Visits and Individual Interviews, Lead Users, Customer Toolkits, Real-Time Market Validation [этнография,

нетнография, посещение сайтов и индивидуальные интервью, ведущие пользователи, инструментарий клиентов, валидация рынка в режиме реального времени]. Процесс анализа рынка. Типы данных о клиентах. Инструменты анализа рынка: Segmentation, Data mining, Perceptual mapping, Needs ranking, Concept testing, Conjoint analysis [сегментация, интеллектуальный анализ данных, перцептивное картирование, ранжирование потребностей, тестирование концепций, совместный анализ]. Веб-аналитика рынка.

Тема 5. Дизайн-мышление

Дизайн-мышление в управлении продуктами

Что такое «дизайн-мышление». Как применять дизайн-мышление в организации. “Design Thinking” and the “Knowledge Funnel”. “Analytical Thinking” and “Intuitive Thinking”. “Abductive logic” and “logical leaps of the mind.” [«Дизайн-мышление» и «воронка знаний». «Аналитическое мышление» и «интуитивное мышление». «Похищающая логика» и «логические скачки ума»]. Особенности разведки и эксплуатации. Стэнфордский подход к дизайн-мышлению.

Тема 6. Stage-Gate подход к разработке новых продуктов

Модель Stage-gate для проектирования процесса разработки нового продукта.

Обзор гейтовой системы: обнаружение, анализ, построение бизнес-кейсов, разработка, тестирование и проверка, переход к запуску, запуск, после запуска, комментариев. Типы продуктов, с которыми может справиться система Stage-gate. Структура системы «Stage-gate». Что не является Stage-gate. Agile stage-gate: гибридная модель. Stage-Gate для «открытых инноваций». Автоматизированные Системы Stage-Gate. Типичные ошибки при проектировании системы Stage-Gate следующего поколения.

Тема 7. Эджайл подходы к разработке новых продуктов

О системе Scrum. Основные понятия в Scrum: спринты. Требования и истории пользователей. Оценка и скорость. Технический долг. Роли в Scrum: владелец продукта, Scrum мастер, команда разработчиков, Scrum -команды, менеджеры.

Lean и Kanban подходы к разработке новых продуктов.

Понимание Lean and Kanban.

Тема 8. Финансы и прогнозирование продаж нового продукта

Финансовое планирование для менеджеров по продуктам. Создание бизнес-кейсов для инвестиций в продукт. Тестирование предположений планирования с использованием анализа чувствительности. Модели себестоимости продукции: Standard costing, Target costing, Activity-based costing. Создание моделей ценообразования. Подготовка продуктовых бюджетов. Оценка зрелости. Прогнозы в процессе разработки нового продукта. Методы прогнозирования: Jury of Executive Opinion, Scenario Analysis, Delphi Method, Decision Trees, Assumption-Based Modeling, Trend Line Analysis, Moving Average, Exponential Smoothing Techniques, Looks-Like Analysis (Analogous Forecasting), Diffusion Models, Autoregressive Moving Average (ARMA) /Autoregressive Integrated Moving Average (ARIMA) Models, Linear Regression, Nonlinear Regression, Logistic Regression, Event Modeling, Expert Systems, Neural Networks, Simulation, Concept Testing, Product Use Testing, Market Testing, Pre-Market Testing [Жюри мнений, сценарный анализ, метод Дельфи, деревья решений, моделирование на основе предположений, анализ линий тренда, скользящая средняя, методы экспоненциального сглаживания, аналогичное прогнозирование, диффузионные модели, модели авторегрессионной скользящей средней (ARMA) /авторегрессионной интегрированной скользящей средней (ARIMA), линейная регрессия, нелинейная регрессия, логистическая регрессия, моделирование событий, экспертные системы, нейронные сети, моделирование,

тестирование концепций, тестирование использования продукта, рыночное тестирование, предрыночное тестирование].

5.2 Разделы/темы дисциплины, их трудоемкость и виды занятий

Общая трудоемкость изучения дисциплины по учебному плану: 3.Е. (часов) 4/144

Форма обучения Очная

Вид контроля

Зачет

№ п/ п	Название раздела, темы	Очная форма обучения						Компетенции	Литература
		Всего	Аудиторные занятия			Самостоятельная работа	Контроль		
			Лекции	Практические занятия	КтЗа				
1	Продакт-менеджер: позиция в компании, функциональные обязанности, ответственность, квалификация.	17	4	2		11		ПКО-1	Л.1-6
2	Жизненный цикл управления продуктом и мастер план продукта	17	2	4		11		ПКО-1	Л.1-6
3	Генерирование идей	17	2	4		11		ПКО-1	Л.1-6
4	Маркетинговая аналитика и голос клиента	17	2	4		11			Л.1-6
5	Дизайн-мышление.	17	2	4		11		ПКО-1	Л.1-6
6	Stage-Gate подход к разработке новых продуктов	19	2	6		11		ПКО-1	Л.1-6
7	Эджайл подходы к разработке новых продуктов	19	2	6		11		ПКО-1	Л.1-6
8	Финансы и прогнозирование продаж нового продукта	19	2	6		11		ПКО-1	Л.1-6
	Зачет	2			2		0		
	Всего часов	144	18	36	2	88	0		
	Зачетные единицы	4							

Форма контроля: зачет

№ п/ п	Название раздела, темы	Заочная форма обучения						Компетенции	Литература
		Всего	Аудиторные занятия			Самостоятельная работа	Контроль		
			Лекции	Практические занятия	КтЗа				
1	Продакт-менеджер: позиция в компании, функциональные обязанности, ответственность, квалификация.	17,5	0,5	1		16		ПКО-1	Л.1-6
2	Жизненный цикл управления продуктом и мастер план продукта	17,5	0,5	1		16		ПКО-1	Л.1-6
3	Генерирование идей	17,5	0,5	1		16		ПКО-1	Л.1-6
4	Маркетинговая аналитика и голос клиента	18,5	0,5	2		16			Л.1-6
5	Дизайн-мышление.	17,5	0,5	1		16		ПКО-1	Л.1-6
6	Stage-Gate подход к разработке новых продуктов	17,5	0,5	1		16		ПКО-1	Л.1-6
7	Эджайл подходы к разработке новых продуктов	18,5	0,5	2		16		ПКО-1	Л.1-6
8	Финансы и прогнозирование продаж нового продукта	15,5	0,5	1		14		ПКО-1	Л.1-6
	Зачет	4					4		
	Всего часов	144	4	10	-	126	4		
	Зачетные единицы	4							

Форма контроля: зачет

6. ПЕРЕЧЕНЬ УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ ДЛЯ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

Самостоятельная работа студентов включает следующие ее виды:

- изучение тем самостоятельной подготовки по учебно-тематическому плану;
- самоподготовка к практическим и другим видам занятий – расчетно-аналитическая работа по индивидуальному учебному заданию;
- самостоятельная работа студентов при подготовке к экзамену.

Эти виды работ предполагают:

- самостоятельную работу студента в библиотеке;

- изучение материалов специализированных сайтов по темам дисциплины в сети Интернет;

- изучение электронных учебных материалов (электронных учебников, методических материалов, представленных на сайте УрСЭИ), программных компьютерных программ;

Задания для самостоятельной работы студентов включают в себя:

- выполнение тестовых заданий, размещенных в программной оболочке Moodle – по темам, вынесенным на самостоятельное изучение;

- выполнение практических заданий в индивидуальном учебном задании;

- подготовка докладов по отдельным вопросам курса.

Указания и задания по самостоятельной работе выдаются на практических занятиях с учетом индивидуального уровня освоения материала студентом.

Самостоятельная работа по дисциплине «Управление продуктом» включает самостоятельное изучение англоязычных источников информации по темам занятий:

Тема 1. Продакт-менеджер: позиция в компании, функциональные обязанности, ответственность, квалификация.

Тема 2. Жизненный цикл управления продуктом и мастер план продукта

1. Anderson, A. M., & Adkins, M. (2017). Product development and management: body of knowledge. Create Space Independent Publishing .

2. Haines, S. (2014). The product manager's desk reference. McGraw-Hill Education.

3. Haines, S. (2013). The product manager's survival guide: everything you need to know to succeed as a product manager.

4. McDowell, G. L., & Bavaro, J. (2014). Cracking the PM Interview: How to Land a Product Manager Job in Technology.

Тема 3. Генерирование идей

1. Gray, D., Brown, S., & Macanuso, J. (2010). Gamestorming : a playbook for innovators, rulebreakers, and changemakers. O'Reilly.

2. Rowan, P. J. (2016). Lean ideation. Green Ivy.

Тема 4. Маркетинговая аналитика и «голос клиента»

1. Hammersley, M., & Atkinson, P. (2010). Ethnography: principles in practice. Routledge.

2. Macdonald, E., Wilson, H. N., & Konus, U. (2012). Better customer insight-in real time.

3. Cooper, R., & Evans, M. (2006). Breaking from tradition: Market research, consumer needs, and design futures. Design Management Review, 17(1), 68-74.

4. Verganti, R. (2011). Designing breakthrough products. Harvard Business Review, 89(10), 1-8.

5. Morrison, P. D., Roberts, J. H., & Midgley, D. F. (2004). The nature of lead users and measurement of leading edge status. Research policy, 33(2), 351-362.

6. Matzler, K., & Hinterhuber, H. H. (1998). How to make product development projects more successful by integrating Kano's model of customer satisfaction into quality function deployment. Technovation, 18(1), 25-38.

7. Leonard, D., & Rayport, J. F. (1997). Spark innovation through empathic design. Harvard business review, 75, 102-115.

8. Steen, M., Kuijt-Evers, L., & Klok, J. (2007, July). Early user involvement in research and design projects—A review of methods and practices. In 23rd EGOS Colloquium (Vol. 5, No. 7, pp. 1-21).

Тема 5. Дизайн-мышление

1. Bjögvinnsson, E., Ehn, P., & Hillgren, A. (2012). Design Things and Design Thinking: Contemporary Participatory Design Challenges. Technology Design Issues, 28(3).

2. Dunne, D., & Martin, R. (2006). Design Thinking and How It Will Change Management Education: An Interview and Discussion. *Academy of Management Learning & Education*, 5(4), 512–523.

3. Dorst, K. (2011). The core of “design thinking” and its application. *Design Studies*, 32(6), 521–532.

4. Johansson-Sköldberg, U., Woodilla, J., & Çetinkaya, M. (2013). Design thinking: past, present and possible futures. *Creativity and innovation management*, 22(2), 121-146.

5. Plattner, H., Meinel, C., & Weinberg, U. (2009). Design thinking. Landsberg am Lech: Mi-Fachverlag.

Тема 6. Stage-Gate подход к разработке новых продуктов

1. Cooper, R. G. (Robert G. (2017). *Winning at new products: creating value through innovation*. Basic Books.

2. Cooper, R. G. (2008). Perspective: The stage-gate® idea-to-launch process—update, what's new, and nexgen systems. *Journal of product innovation management*, 25(3), 213-232.

3. Cooper, R. G., Edgett, S. J., & Kleinschmidt, E. J. (2002). Optimizing the stage-gate process: what best-practice companies do—I. *Research-Technology Management*, 45(5), 21-27.

4. Cooper, R. G. (2014). What's Next?: After Stage-Gate. *Research-Technology Management*, 57(1), 20-31.

5. Ettlie, J. E., & Elsenbach, J. M. (2007). Modified Stage-Gate® Regimes in New Product Development. *Journal of Product Innovation Management*, 24(1), 20-33.

Тема 7. Эджайл подходы к разработке новых продуктов

1. Larman, C. (2004). *Agile and iterative development: a manager's guide*. Addison-Wesley Professional.

2. Sommer, A. F., Hedegaard, C., Dukovska-Popovska, I., & Steger-Jensen, K. (2015). Improved product development performance through Agile/Stage-Gate hybrids: The next-generation Stage-Gate process?. *Research-Technology Management*, 58(1), 34-45.

3. Karlström, D., & Runeson, P. (2006). Integrating agile software development into stage-gate managed product development. *Empirical Software Engineering*, 11(2), 203-225.

4. Varma, T. (2015). *Agile Product Development How to Design Innovative Products That Create Customer Value*.

5. Rubin, K. S. (2012). *Essential Scrum : a practical guide to the most popular agile process*. Addison-Wesley.

6. Thomke, S., & Reinertsen, D. (1998). Agile product development: Managing development flexibility in uncertain environments. *California management review*, 41(1), 8-30.

7. Reis, E. (2011). *The lean startup*. New York: Crown Business.

Тема 8. Финансы и прогнозирование продаж нового продукта

1. Urban, G. L., Weinberg, B. D., & Hauser, J. R. (1996). Premarket forecasting of really-new products. *The Journal of Marketing*, 47-60.

2. Haines, S. (2014). *The product manager's desk reference*. McGraw-Hill Education.

3. Cooper, R. G. (Robert G. (2017). *Winning at new products: creating value through innovation*. Basic Books.

4. Mahajan, V., Muller, E., & Wind, Y. (Eds.). (2000). *New-product diffusion models* (Vol. 11). Springer Science & Business Media.

5. Bass, F. M. (2004). Comments on “a new product growth for model consumer durables the bass model”. *Management science*, 50(12_supplement), 1833-1840.

6. Kulkarni, G., Kannan, P. K., & Moe, W. (2012). Using online search data to forecast new product sales. *Decision Support Systems*, 52(3), 604-611.

7. ОСНОВНАЯ И ДОПОЛНИТЕЛЬНАЯ УЧЕБНАЯ ЛИТЕРАТУРА

Основная литература

1. Маркетинговое управление разработкой продукта: учебное пособие: [16+] / И. И. Скоробогатых, М. А. Солнцев, Ж. Б. Мусатова, П. Ю. Невоструев; под общ. ред. И. И. Скоробогатых; Российский экономический университет им. Г. В. Плеханова. – Москва: Дашков и К°, 2025. – 176 с.: ил., табл. – (Учебные издания для магистров). – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=720307>. – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-394-05961-2. – Текст: электронный.
2. Сервис: организация, управление, маркетинг: учебник / Е. Н. Волк, А. И. Зырянов, А. А. Лимпинская, Н. В. Харитонова. – 4-е изд. – Москва: Дашков и К°, 2024. – 248 с.: ил., табл. – (Учебные издания для бакалавров). – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=720327>. – ISBN 978-5-394-05760-1. – Текст: электронный.
3. 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

4. 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. Шевченко, Д. А. Маркетинг услуг: учебник для вузов: [16+] / Д. А. Шевченко. – 2-е изд. – Москва: Директ-Медиа, 2025. – 192 с.: ил., табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=723865>. – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-4499-5230-1. – DOI 10.23681/723865. – Текст: электронный.
6. Шевченко, Д. А. Основы теории и практики рекламы: учебник: [16+] / Д. А. Шевченко, М. В. Гундарин; под общ. ред. Д. А. Шевченко. – Москва: Директ-Медиа, 2023. – 392 с.: ил., табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=705395>. – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-4499-3865-7. – DOI 10.23681/705395. – Текст: электронный.

8. ПЕРЕЧЕНЬ ПРОГРАММНОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ, ИНФОРМАЦИОННЫХ СПРАВОЧНЫХ СИСТЕМ И ИНТЕРНЕТ - РЕСУРСОВ, НЕОБХОДИМЫХ ДЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

№ п/п	Интернет ресурс (адрес)/система	Описание ресурса/ системы
Профессиональные базы данных		
1.	https://habr.com/ru/company/miro/blog/445322/	Подборка полезных ресурсов для продакт-менеджеров
2.	https://vc.ru/flood/32537-17-resursov-dlya-meneditzhmenta-produktov	17 ресурсов для менеджмента продуктов
3.	https://netology.ru/blog/servisy-dlya-prodaktov	Подборка сервисов для продакт-менеджеров
4.	https://productuniversity.ru/table-for-product-	Полный список источников по теме

	managers	управления продуктом: периодическая таблица элементов менеджера по продукту
5.	http://consultant.ru/	справочно-информационная система Консультант Плюс
6.	http://garant.ru/	справочно-информационная система «Гарант».

9. ТРЕБОВАНИЯ К МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОМУ И УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОМУ ОБЕСПЕЧЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Мультимедийная лекционная аудитория.

Оборудование:

стол преподавателя, столы, стулья, персональный компьютер (Celeron 2.1-2.7 Mhz, монитор ЖК); стационарный видеопроектор с экраном; звуковое оборудование (микрофон, колонки); меловая доска; коммутационное оборудование для работы в локальной сети вуза и сети Интернет. Используемое программное обеспечение: Windows XP, 10. MicrosoftOffice 2007, 2019. AdobeAcrobat. GoogleChrome, MozillaFirefox., наборы демонстрационного оборудования и учебно-наглядных пособий.

Компьютерный класс (лаборатория) для практических работ, курсового проектирования (выполнения курсовых работ), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, для самостоятельной работы

Оборудование:

стол преподавателя, столы, стулья, персональные компьютеры (Celeron 2.1-2.7 Mhz, монитор ЖК); коммутационное оборудование для работы в локальной сети вуза и сети Интернет. Используемое программное обеспечение: Windows XP, 10. MicrosoftOffice 2007, 2019. AdobeAcrobat. GoogleChrome, MozillaFirefox.; доска маркерная

10. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

В процессе освоения дисциплины «Управление продуктом» используются следующие образовательные технологии.

Стандартные формы обучения:

- лекции с использованием мультимедийных презентаций;
- семинарские занятия, на которых обсуждаются основные теоретические вопросы;
- письменные домашние работы;
- расчетно-аналитические задания;
- обзор официальных документов и материалов периодической печати;
- консультации преподавателей.

Методы обучения с применением интерактивных форм образовательных технологий:

- лекции в диалоговом режиме;
- групповые дискуссии;
- моделирование и решение конкретных ситуационных задач;
- компьютерное тестирование.

11. ПРОВЕРКА СФОРМИРОВАННОСТИ КОМПЕТЕНЦИЙ

УК-9.1. Знает методы подготовки, принятия и реализации экономических управленческих решений.

УК-9.2. Умеет принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности.

УК-9.3. Владеет навыками критического анализа экономических решений в различных областях жизнедеятельности.

Тип задания	Инструкция	Пример задания			
Задание закрытого типа на установление соответствия (Знать) УК-9.1	Прочитайте текст и установите соответствие	Установите соответствие между типами экономических решений в продакт-менеджменте (А–Г) и их характеристиками (1–4). К каждой позиции, данной в левом столбце, подберите соответствующую позицию из правого столбца..			
		Ситуации		Правило	
		А	Решение о разработке новой функции продукта	1	Решение, связанное с оценкой альтернативных издержек и сравнением стоимости вариантов
		Б	Решение о повышении цены на продукт	2	Решение, требующее анализа готовности пользователей платить и эластичности спроса
		В	Решение о прекращении поддержки устаревшей функции	3	Решение, основанное на анализе жизненного цикла продукта и метрик использования
		Г	Решение о выборе между собственной разработкой и покупкой готового решения	4	Решение, предполагающее оценку ROI и влияния на ключевые метрики продукта
		Запишите выбранные цифры под соответствующими буквами:			
Задание закрытого типа на установление соответствия (Уметь) УК-9.2	Прочитайте текст и установите соответствие	Установите соответствие между методами экономического анализа (А–Г) и их применением в продакт-менеджменте (1–4). К каждой позиции, данной в левом столбце, подберите соответствующую позицию из правого столбца..			
		Коммуникационная задача		Тип инфоповода	
		А	Юнит-экономика	1	Оценка влияния изменения функции на

					конверсию и удержание пользователей
		Б	A/B-тестирование	2	Сравнение сильных и слабых сторон продукта с конкурентами
		В	Когортный анализ	3	Расчёт прибыльности продукта на одного пользователя с учётом затрат на привлечение
		Г	SWOT-анализ	4	Отслеживание поведения групп пользователей, объединённых по времени регистрации
		Запишите выбранные цифры под соответствующими буквами:			
		А	Б	В	Г
Задание закрытого типа на установление последовательности (Знать) УК-9.1	Прочитайте текст и установите последовательность	Расположите этапы подготовки экономического решения в продакт-менеджменте в правильной последовательности. В ответе укажите последовательность цифр. 1. Разработка альтернативных вариантов решения 2. Постановка проблемы и формулировка целей 3. Оценка и выбор оптимального варианта 4. Сбор и анализ релевантных данных Запишите соответствующую последовательность цифр слева направо:			
Задание закрытого типа на установление последовательности (Уметь) УК-9.2	Прочитайте текст и установите последовательность	Расположите этапы реализации экономического решения в продакт-менеджменте в правильной последовательности. В ответе укажите последовательность цифр. 1. Распределение ресурсов и назначение ответственных 2. Мониторинг результатов и корректировка действий 3. Принятие решения и его документальное оформление 4. Информирование команды и заинтересованных сторон Запишите соответствующую последовательность цифр слева направо:			

Задание закрытого типа на установление последовательности (Владеть) УК-9.3	Прочитайте текст и установите последовательность	Расположите этапы критического анализа экономического решения в продакт-менеджменте в правильной последовательности. В ответе укажите последовательность цифр. 1. Проверка исходных допущений и данных 2. Оценка альтернативных сценариев развития событий 3. Формулировка критериев оценки решения 4. Выявление возможных рисков и ограничений Запишите соответствующую последовательность цифр слева направо: <table><tr><td></td><td></td><td></td><td></td></tr></table>				
Задание комбинированного типа с выбором одного верного ответа из четырех предложенных и обоснованием выбора (из разряда решения типовых задач, сопоставления, последовательности) (Владеть) УК-9.3	Прочитайте текст, выберите правильный ответ и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответа	Продакт-менеджер оценивает два варианта развития продукта. Вариант А требует инвестиций 2 млн руб. и обещает доход 3 млн руб. через год. Вариант Б требует 1 млн руб. и обещает 1,8 млн руб. через год. Какой вариант выгоднее по показателю ROI? Варианты ответов: 1. Вариант А, так как абсолютная прибыль выше 2. Вариант Б, так как ROI = 80% против 50% у варианта А 3. Оба варианта равнозначны 4. Вариант А, так как ROI = 50% против 80% у варианта Б				
Задание комбинированного типа с выбором одного верного ответа из четырех предложенных и обоснованием выбора (из разряда решения типовых задач, сопоставления, последовательности) (Владеть) УК-9.3	Прочитайте текст, выберите правильный ответ и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответа	Продакт-менеджер выбирает между двумя каналами привлечения пользователей. Канал А: SAC = 500 руб., LTV = 1500 руб. Канал Б: SAC = 300 руб., LTV = 900 руб. Какой канал эффективнее по соотношению LTV/CAC? Варианты ответов: 1. Канал А, так как LTV выше 2. Канал Б, так как SAC ниже 3. Оба канала равнозначны по соотношению LTV/CAC 4. Канал А, так как соотношение LTV/CAC = 3,0 против 3,0 у канала Б				
Задание комбинированного типа с выбором одного верного ответа из четырех предложенных и обоснованием выбора (из терминологии,	Прочитайте текст, выберите правильный ответ и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответа	Что понимается под экономическим решением в продакт-менеджменте? Варианты ответов: 1. Процесс выбора наилучшего варианта действий из нескольких альтернатив на основе анализа затрат и выгод 2. Совокупность методов продвижения продукта на рынок				

фактов, параметров, принципов) (Знать) УК-9.1		3. Перечень функций и требований к продукту 4. График выпуска обновлений продукта
Задание комбинированного типа с выбором одного верного ответа из четырех предложенных и обоснованием выбора (из терминологии, фактов, параметров, принципов) (Уметь) УК-9.2	Прочитайте текст, выберите правильный ответ и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответа	Какой показатель отражает стоимость привлечения одного нового пользователя? Варианты ответов: 1. LTV (Lifetime Value) 2. CAC (Customer Acquisition Cost) 3. ROI (Return on Investment) 4. ARPU (Average Revenue Per User)
Задание комбинированного типа с выбором нескольких вариантов ответа из предложенных и развернутым обоснованием выбора (из разряда решения типовых задач, сопоставления, последовательности) (Владеть) УК-9.3	Прочитайте текст, выберите правильные ответы и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответов	Продакт-менеджер анализирует юнит-экономику продукта. Какие действия могут улучшить экономические показатели продукта? Выберите все верные варианты. Варианты ответов: 1. Снижение стоимости привлечения пользователя (CAC) 2. Увеличение расходов на маркетинг без изменения конверсии 3. Повышение удержания пользователей (retention) 4. Увеличение среднего чека (ARPU)
Задание комбинированного типа с выбором нескольких вариантов ответа из предложенных и развернутым обоснованием выбора (из разряда решения типовых задач, сопоставления, последовательности) (Владеть) УК-9.3	Прочитайте текст, выберите правильные ответы и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответов	Продакт-менеджер принимает решение о приоритизации функций продукта. Какие экономические критерии следует учитывать? Выберите все верные варианты. Варианты ответов: 1. Потенциальный доход от реализации функции 2. Затраты на разработку и поддержку 3. Количество лайков в социальных сетях 4. Влияние на ключевые метрики продукта
Задание комбинированного типа с выбором нескольких вариантов ответа из предложенных и развернутым обоснованием	Прочитайте текст, выберите правильные ответы и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответов	Какие из перечисленных понятий относятся к методам экономического анализа в продакт- менеджменте? Выберите все верные варианты. Варианты ответов: 1. Юнит-экономика 2. Когортный анализ 3. SWOT-анализ

выбора (из терминологии, фактов, параметров, принципов) (Знать) УК-9.1		4. Бухгалтерский баланс
Задание комбинированного типа с выбором нескольких вариантов ответа из предложенных и развернутым обоснованием выбора (из терминологии, фактов, параметров, принципов) (Уметь) УК-9.2	Прочитайте текст, выберите правильные ответы и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответов	Какие принципы важны при принятии обоснованных экономических решений в продакт- менеджменте? Выберите все верные варианты. Варианты ответов: 1. Опора на данные и метрики 2. Принятие решений на основе интуиции без анализа 3. Учёт альтернативных издержек 4. Оценка рисков и ограничений
Задание открытого типа с развернутым ответом (Знать) УК-9.1	Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ	Дайте определение понятию «экономическое решение» в контексте продакт-менеджмента.
Задание открытого типа с развернутым ответом (Уметь) УК-9.2	Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ	Опишите, как продакт-менеджер может оценить экономическую эффективность новой функции продукта.

ФОС по дисциплине «Продакт-менеджмент» по компетенции ПКО-1

ПКО-1.1. Выполняет функционал линейного менеджера в рамках текущей деятельности от дела по рекламе и (или) связям с общественностью и (или) при реализации коммуникационного проекта по рекламе и связям с общественностью

ПКО-1.2. Осуществляет тактическое планирование мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии

ПКО-1.3. Участвует в организации внутренних коммуникаций и мероприятий по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры

Тип задания	Инструкция	Пример задания	
Задание закрытого типа на установление соответствия (Владеть) ПКО-1.1	Прочитайте текст и установите соответствие	Установите соответствие между функциями линейного менеджера в продакт-команде (А–Г) и их содержанием (1–4). К каждой позиции, данной в левом столбце, подберите соответствующую позицию из правого столбца..	
		Функция	Содержание

		<table><tr><td>А</td><td>Планирование задач на спринт</td><td>1</td><td>Мониторинг сроков выполнения задач и оповещение о рисках</td></tr><tr><td>Б</td><td>Контроль соблюдения дедлайнов</td><td>2</td><td>Обеспечение коммуникации между дизайнерами, разработчиками и аналитиками</td></tr><tr><td>В</td><td>Распределение ресурсов между задачами</td><td>3</td><td>Определение приоритетов и объёма работ на итерацию</td></tr><tr><td>Г</td><td>Координация взаимодействия команды</td><td>4</td><td>Выделение времени и бюджета на выполнение задач</td></tr></table> Запишите выбранные цифры под соответствующими буквами: <table><tr><td>А</td><td>Б</td><td>В</td><td>Г</td></tr><tr><td></td><td></td><td></td><td></td></tr></table>	А	Планирование задач на спринт	1	Мониторинг сроков выполнения задач и оповещение о рисках	Б	Контроль соблюдения дедлайнов	2	Обеспечение коммуникации между дизайнерами, разработчиками и аналитиками	В	Распределение ресурсов между задачами	3	Определение приоритетов и объёма работ на итерацию	Г	Координация взаимодействия команды	4	Выделение времени и бюджета на выполнение задач	А	Б	В	Г								
А	Планирование задач на спринт	1	Мониторинг сроков выполнения задач и оповещение о рисках																											
Б	Контроль соблюдения дедлайнов	2	Обеспечение коммуникации между дизайнерами, разработчиками и аналитиками																											
В	Распределение ресурсов между задачами	3	Определение приоритетов и объёма работ на итерацию																											
Г	Координация взаимодействия команды	4	Выделение времени и бюджета на выполнение задач																											
А	Б	В	Г																											
Задание закрытого типа на установление соответствия (Владеть) ПКО-1.2	Прочитайте текст и установите соответствие	Установите соответствие между элементами тактического планирования в продакт-менеджменте (А–Г) и инструментами их реализации (1–4). К каждой позиции, данной в левом столбце, подберите соответствующую позицию из правого столбца. <table><tr><th colspan="2">Элементы планирования</th><th colspan="2">Инструменты</th></tr><tr><td>А</td><td>Определение последовательности выпуска функций</td><td>1</td><td>Анализ целевых площадок и их аудитории</td></tr><tr><td>Б</td><td>Оценка эффективности кампании</td><td>2</td><td>Система КРІ и метрик продукта</td></tr><tr><td>В</td><td>Выбор каналов продвижения продукта</td><td>3</td><td>Roadmap с указанием этапов и сроков</td></tr><tr><td>Г</td><td>Постановка измеримых целей</td><td>4</td><td>А/В-тестирование и анализ результатов</td></tr></table> Запишите выбранные цифры под соответствующими буквами: <table><tr><td>А</td><td>Б</td><td>В</td><td>Г</td></tr><tr><td></td><td></td><td></td><td></td></tr></table>	Элементы планирования		Инструменты		А	Определение последовательности выпуска функций	1	Анализ целевых площадок и их аудитории	Б	Оценка эффективности кампании	2	Система КРІ и метрик продукта	В	Выбор каналов продвижения продукта	3	Roadmap с указанием этапов и сроков	Г	Постановка измеримых целей	4	А/В-тестирование и анализ результатов	А	Б	В	Г				
Элементы планирования		Инструменты																												
А	Определение последовательности выпуска функций	1	Анализ целевых площадок и их аудитории																											
Б	Оценка эффективности кампании	2	Система КРІ и метрик продукта																											
В	Выбор каналов продвижения продукта	3	Roadmap с указанием этапов и сроков																											
Г	Постановка измеримых целей	4	А/В-тестирование и анализ результатов																											
А	Б	В	Г																											
Задание закрытого типа на установление последовательности (Владеть) ПКО-1.2	Прочитайте текст и установите последовательность	Расположите этапы тактического планирования в продакт-менеджменте в правильной последовательности. В ответе укажите последовательность цифр.																												

		1. Формулировка тактических целей и KPI 2. Анализ текущего состояния продукта и рынка 3. Мониторинг выполнения плана и корректировка 4. Разработка плана действий и распределение ресурсов Запишите соответствующую последовательность цифр слева направо:
Задание закрытого типа на установление последовательности (Владеть) ПКО-1.3	Прочитайте текст и установите последовательность	Расположите этапы организации внутреннего мероприятия по формированию корпоративной культуры в продакт-команде в правильной последовательности. В ответе укажите последовательность цифр. 1. Проведение мероприятия с использованием корпоративной символики 2. Определение целей и ценностей, которые должны быть транслированы 3. Сбор обратной связи от участников 4. Разработка сценария и выбор формата взаимодействия Запишите соответствующую последовательность цифр слева направо:
Задание комбинированного типа с выбором одного верного ответа из четырех предложенных и обоснованием выбора (из разряда решения типовых задач, сопоставления, последовательности) (Владеть) ПКО-1.1	Прочитайте текст, выберите правильный ответ и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответа	Продакт-менеджер получил задачу от руководства — запустить новую функцию в течение месяца. Какое действие ему следует предпринять в первую очередь? Варианты ответов: 1. Сразу начать разработку функции без уточнения требований 2. Уточнить цели, критерии успеха и ограничения у стейкхолдеров 3. Заказать маркетинговое исследование рынка 4. Разработать roadmap на год вперёд
Задание комбинированного типа с выбором одного верного ответа из четырех предложенных и обоснованием выбора (из разряда решения типовых задач, сопоставления, последовательности) (Владеть) ПКО-1.2	Прочитайте текст, выберите правильный ответ и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответа	При тактическом планировании запуска продукта бюджет ограничен. Какой подход наиболее эффективен? Варианты ответов: 1. Равномерно распределить бюджет между всеми каналами 2. Сократить количество каналов до одного 3. Проанализировать эффективность каналов и перераспределить бюджет в пользу наиболее результативных 4. Отказаться от платного продвижения

Задание комбинированного типа с выбором одного верного ответа из четырех предложенных и обоснованием выбора (из терминологии, фактов, параметров, принципов) (Владеть) ПКО-1.3	Прочитайте текст, выберите правильный ответ и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответа	Что понимается под корпоративной культурой в контексте продакт-команды? Варианты ответов: 1. Совокупность ценностей, норм и моделей поведения, разделяемых членами команды 2. Набор инструментов для управления задачами 3. Система мотивации сотрудников 4. График встреч и совещаний
Задание комбинированного типа с выбором одного верного ответа из четырех предложенных и обоснованием выбора (из терминологии, фактов, параметров, принципов) (Владеть) ПКО-1.1	Прочитайте текст, выберите правильный ответ и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответа	Какую роль выполняет линейный менеджер в продакт-команде? Варианты ответов: 1. Определяет стратегию развития продукта на годы вперед 2. Осуществляет оперативное управление задачами и координирует команду 3. Разрабатывает миссию компании 4. Проводит финансовый аудит проекта
Задание комбинированного типа с выбором нескольких вариантов ответа из предложенных и развернутым обоснованием выбора (из разряда решения типовых задач, сопоставления, последовательности) (Владеть) ПКО-1.2	Прочитайте текст, выберите правильные ответы и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответов	Какие элементы обязательно должны быть включены в тактический план запуска продукта? Выберите все верные варианты. Варианты ответов: 1. Полный текст миссии компании 2. KPI и метрики успеха 3. График выпуска функций (roadmap) 4. Бюджет с распределением по статьям
Задание комбинированного типа с выбором нескольких вариантов ответа из предложенных и развернутым обоснованием выбора (из разряда решения типовых задач, сопоставления, последовательности)	Прочитайте текст, выберите правильные ответы и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответов	Какие решения способствуют формированию корпоративной культуры в продакт-команде? Выберите все верные варианты. Варианты ответов: 1. Проведение финансового аудита 2. Использование корпоративной символики 3. Трансляция ценностей компании через лидеров 4. Организация неформального общения сотрудников

(Владеть) ПКО-1.3		
Задание комбинированного типа с выбором нескольких вариантов ответа из предложенных и развернутым обоснованием выбора (из терминологии, фактов, параметров, принципов) (Владеть) ПКО-1.1	Прочитайте текст, выберите правильные ответы и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответов	Какие из перечисленных характеристик соответствуют роли линейного менеджера в продакт-команде? Выберите все верные варианты. Варианты ответов: 1. Оперативное управление задачами 2. Определение миссии компании 3. Координация работы команды 4. Контроль выполнения задач в срок.
Задание комбинированного типа с выбором нескольких вариантов ответа из предложенных и развернутым обоснованием выбора (из терминологии, фактов, параметров, принципов) (Владеть) ПКО-1.2	Прочитайте текст, выберите правильные ответы и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответов	Какие принципы важны при тактическом планировании в продакт-менеджменте? Выберите все верные варианты. Варианты ответов: 1. Реалистичность сроков и ресурсов 2. Отсутствие измеримых показателей 3. Учёт интересов целевой аудитории 4. Гибкость и возможность корректировки
Задание открытого типа с развернутым ответом (Владеть) ПКО-1.3	Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ	Дайте определение понятию «корпоративная культура» в контексте внутренних коммуникаций продакт-команды.
Задание открытого типа с развернутым ответом (Владеть) ПКО-1.1	Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ	Опишите, как линейный менеджер может обеспечить эффективную реализацию проекта в продакт-команде.