

МИНИСТЕРСТВО СЕЛЬСКОГО ХОЗЯЙСТВА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«КУБАНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ АГРАРНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
имени И.Т. ТРУБИЛИНА»

Институт цифровой экономики и инноваций
Цифровая кафедра



УТВЕРЖДЕНО:

Декан, Руководитель подразделения
Семидоцкий В.А.
(протокол от 14.05.2024 № 5)

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)
«УПРАВЛЕНИЕ ЦИФРОВЫМ ПРОДУКТОМ»**

Уровень высшего образования: магистратура

Направление подготовки: 38.04.01 Экономика

Направленность (профиль) подготовки: Цифровая экономика в АПК

Квалификация (степень) выпускника: магистр

Формы обучения: очная, заочная

Год набора: 2024

Срок получения образования: Очная форма обучения – 2 года
Заочная форма обучения – 3 года

Объем: в зачетных единицах: 3 з.е.
в академических часах: 108 ак.ч.

2024

Разработчики:

Доцент, кафедра институт цифровой экономики и инновации Хорошун К.В.

Рабочая программа дисциплины (модуля) составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки Направление подготовки: 38.04.01 Экономика, утвержденного приказом Минобрнауки России от 11.08.2020 №939, с учетом трудовых функций профессиональных стандартов: "Маркетолог", утвержден приказом Минтруда России от 04.06.2018 № 366н; "Бизнес-аналитик", утвержден приказом Минтруда России от 25.09.2018 № 592н; "Экономист предприятия", утвержден приказом Минтруда России от 30.03.2021 № 161н.

Согласование и утверждение

№	Подразделение или коллегиальный орган	Ответственное лицо	ФИО	Виза	Дата, протокол (при наличии)
1	Цифровая кафедра	Заведующий кафедрой, руководитель подразделения, реализующего ОП	Попок Л.Е.	Согласовано	29.04.2024, № 17
2	Институт цифровой экономики и инновации	Председатель методической комиссии/совета	Семидоцкий В.А.	Согласовано	29.04.2024, № 11
3	Институт цифровой экономики и инновации	Руководитель образовательной программы	Семидоцкий В.А.	Согласовано	14.05.2024

1. Цель и задачи освоения дисциплины (модуля)

Цель освоения дисциплины - Освоение базовых навыков для управления цифровыми продуктами в современных коммерческих компаниях и собственном бизнесе. Освоение и применение современных программных инструментов для сбора, обработки, анализа и визуализации данных, содержащих бизнес и маркетинговые показатели, финансовые тренды, метрики и т.д.

Задачи изучения дисциплины:

- Ознакомить студентов с основными концепциями и терминологией в области управления цифровыми продуктами.
- ;
- Научить студентов проводить анализ рынка и целевой аудитории для выявления потребностей пользователей и конкурентных преимуществ.;
- Обучить созданию минимально жизнеспособного продукта (MVP) и методам его тестирования на ранних пользователях.;
- Рассмотреть различные методологии разработки (Agile, Scrum, Lean) и их применение в управлении цифровыми продуктами.;
- Изучить принципы проектирования пользовательского опыта и методы его оценки.
- ;
- Обучить разработке эффективных маркетинговых стратегий для продвижения цифровых продуктов на рынке.
- ;
- Ознакомить с основами аналитики и ключевыми показателями эффективности (KPI) для оценки успеха продукта.
- ;
- Развивать навыки работы в команде, включая коммуникацию с заинтересованными сторонами и управление проектами.;
- Анализировать реальные кейсы успешных и неуспешных цифровых продуктов для выявления уроков и лучших практик..

2. Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю), соотнесенные с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Компетенции, индикаторы и результаты обучения

ПК-П4 Способен осуществлять разработку и внедрение инновационных товаров (услуг), нематериальных активов (брендов) и управление ими в организации

ПК-П4.1 Осуществляет разработку мер по внедрению инновационных товаров (услуг)

Знать:

ПК-П4.1/Зн1

3. Место дисциплины в структуре ОП

Дисциплина (модуль) «Управление цифровым продуктом» относится к формируемой участниками образовательных отношений части образовательной программы и изучается в семестре(ах): Очная форма обучения - 3, Заочная форма обучения - 3.

В процессе изучения дисциплины студент готовится к видам профессиональной деятельности и решению профессиональных задач, предусмотренных ФГОС ВО и образовательной программой.

4. Объем дисциплины и виды учебной работы

Заочная форма обучения

Период обучения	Общая трудоемкость (часы)	Общая трудоемкость (ЗЕТ)	Контактная работа (часы, всего)	Внеаудиторная контактная работа (часы)	Зачет (часы)	Лекционные занятия (часы)	Практические занятия (часы)	Самостоятельная работа (часы)	Промежуточная аттестация (часы)
Третий семестр	108	3	23	1		12	10	85	Зачет
Всего	108	3	23	1		12	10	85	

Очная форма обучения

Период обучения	Общая трудоемкость (часы)	Общая трудоемкость (ЗЕТ)	Контактная работа (часы, всего)	Внеаудиторная контактная работа (часы)	Зачет (часы)	Лекционные занятия (часы)	Практические занятия (часы)	Самостоятельная работа (часы)	Промежуточная аттестация (часы)
Третий семестр	108	3	23	1		12	10	85	Зачет
Всего	108	3	23	1		12	10	85	

5. Содержание дисциплины

5.1. Разделы, темы дисциплины и виды занятий

(часы промежуточной аттестации не указываются)

Заочная форма обучения

Наименование раздела, темы	Всего	Внеаудиторная контактная работа	Лекционные занятия	Практические занятия	Самостоятельная работа	Планируемые результаты обучения, соотношенные с результатами освоения программы
Раздел 1. Раздел 1	38	1	4	4	29	ПК-П4.1
Тема 1.1. Введение в управление цифровым продуктом	11		1	1	9	
Тема 1.2. Анализ рынка и потребителей	12		1	1	10	
Тема 1.3. Разработка минимально жизнеспособного продукта (MVP)	15	1	2	2	10	

Раздел 2. Раздел 2	35		4	3	28	ПК-П4.1
Тема 2.1. Методологии разработки продуктов	11		1	1	9	
Тема 2.2. Проектирование пользовательского опыта (UX)	11		1	1	9	
Тема 2.3. Маркетинг цифровых продуктов	13		2	1	10	
Раздел 3. Раздел 3	35		4	3	28	ПК-П4.1
Тема 3.1. Аналитика и оценка эффективности продукта**	11		1	1	9	
Тема 3.2. Этика в управлении цифровыми продуктами	11		1	1	9	
Тема 3.3. Управление командой и коммуникация	13		2	1	10	
Итого	108	1	12	10	85	

Очная форма обучения

Наименование раздела, темы	Всего	Внеаудиторная контактная работа	Лекционные занятия	Практические занятия	Самостоятельная работа	Планируемые результаты обучения, соотношенные с результатами освоения программы
Раздел 1. Раздел 1	37	1	4	4	28	ПК-П4.1
Тема 1.1. Введение в управление цифровым продуктом	11		1	1	9	
Тема 1.2. Анализ рынка и потребителей	11		1	1	9	
Тема 1.3. Разработка минимально жизнеспособного продукта (MVP)	15	1	2	2	10	
Раздел 2. Раздел 2	35		4	3	28	ПК-П4.1
Тема 2.1. Методологии разработки продуктов	11		1	1	9	
Тема 2.2. Проектирование пользовательского опыта (UX)	11		1	1	9	
Тема 2.3. Маркетинг цифровых продуктов	13		2	1	10	
Раздел 3. Раздел 3	36		4	3	29	ПК-П4.1
Тема 3.1. Аналитика и оценка эффективности продукта**	12		1	1	10	
Тема 3.2. Этика в управлении цифровыми продуктами	11		1	1	9	
Тема 3.3. Управление командой и коммуникация	13		2	1	10	
Итого	108	1	12	10	85	

5. Содержание разделов, тем дисциплин

Раздел 1. Раздел 1

(Заочная: Внеаудиторная контактная работа - 1ч.; Лекционные занятия - 4ч.; Практические занятия - 4ч.; Самостоятельная работа - 29ч.; Очная: Внеаудиторная контактная работа - 1ч.; Лекционные занятия - 4ч.; Практические занятия - 4ч.; Самостоятельная работа - 28ч.)

Тема 1.1. Введение в управление цифровым продуктом

(Заочная: Лекционные занятия - 1ч.; Практические занятия - 1ч.; Самостоятельная работа - 9ч.; Очная: Лекционные занятия - 1ч.; Практические занятия - 1ч.; Самостоятельная работа - 9ч.)

- Основные концепции и терминология.
- Роль продакт-менеджера в организации.

Тема 1.2. Анализ рынка и потребителей

(Заочная: Лекционные занятия - 1ч.; Практические занятия - 1ч.; Самостоятельная работа - 10ч.; Очная: Лекционные занятия - 1ч.; Практические занятия - 1ч.; Самостоятельная работа - 9ч.)

- Методы исследования рынка.
- Определение целевой аудитории и потребностей пользователей.

Тема 1.3. Разработка минимально жизнеспособного продукта (MVP)

(Заочная: Внеаудиторная контактная работа - 1ч.; Лекционные занятия - 2ч.; Практические занятия - 2ч.; Самостоятельная работа - 10ч.; Очная: Внеаудиторная контактная работа - 1ч.; Лекционные занятия - 2ч.; Практические занятия - 2ч.; Самостоятельная работа - 10ч.)

- Принципы создания MVP.
- Тестирование и получение обратной связи от пользователей.

Раздел 2. Раздел 2

(Заочная: Лекционные занятия - 4ч.; Практические занятия - 3ч.; Самостоятельная работа - 28ч.; Очная: Лекционные занятия - 4ч.; Практические занятия - 3ч.; Самостоятельная работа - 28ч.)

Тема 2.1. Методологии разработки продуктов

(Заочная: Лекционные занятия - 1ч.; Практические занятия - 1ч.; Самостоятельная работа - 9ч.; Очная: Лекционные занятия - 1ч.; Практические занятия - 1ч.; Самостоятельная работа - 9ч.)

- Agile, Scrum, Lean: принципы и практики.
- Выбор подходящей методологии для проекта.

Тема 2.2. Проектирование пользовательского опыта (UX)

(Заочная: Лекционные занятия - 1ч.; Практические занятия - 1ч.; Самостоятельная работа - 9ч.; Очная: Лекционные занятия - 1ч.; Практические занятия - 1ч.; Самостоятельная работа - 9ч.)

- Основы UX-дизайна.
- Методы оценки и тестирования пользовательского опыта.

Тема 2.3. Маркетинг цифровых продуктов

(Заочная: Лекционные занятия - 2ч.; Практические занятия - 1ч.; Самостоятельная работа - 10ч.; Очная: Лекционные занятия - 2ч.; Практические занятия - 1ч.; Самостоятельная работа - 10ч.)

- Разработка маркетинговой стратегии.
- Каналы продвижения и работа с аудиторией.

Раздел 3. Раздел 3

(Заочная: Лекционные занятия - 4ч.; Практические занятия - 3ч.; Самостоятельная работа - 28ч.; Очная: Лекционные занятия - 4ч.; Практические занятия - 3ч.; Самостоятельная работа - 29ч.)

Тема 3.1. Аналитика и оценка эффективности продукта**

(Заочная: Лекционные занятия - 1ч.; Практические занятия - 1ч.; Самостоятельная работа - 9ч.; Очная: Лекционные занятия - 1ч.; Практические занятия - 1ч.; Самостоятельная работа - 10ч.)

- Введение в аналитику данных.
- Определение и отслеживание ключевых показателей эффективности (KPI).

Тема 3.2. Этика в управлении цифровыми продуктами

(Заочная: Лекционные занятия - 1ч.; Практические занятия - 1ч.; Самостоятельная работа - 9ч.; Очная: Лекционные занятия - 1ч.; Практические занятия - 1ч.; Самостоятельная работа - 9ч.)

- Вопросы конфиденциальности данных и безопасности.
- Социальная ответственность продакт-менеджера.

Тема 3.3. Управление командой и коммуникация

(Заочная: Лекционные занятия - 2ч.; Практические занятия - 1ч.; Самостоятельная работа - 10ч.; Очная: Лекционные занятия - 2ч.; Практические занятия - 1ч.; Самостоятельная работа - 10ч.)

- Эффективные методы командной работы.
- Коммуникация с заинтересованными сторонами и управление ожиданиями.

6. Оценочные материалы текущего контроля

Раздел 1. Раздел 1

Форма контроля/оценочное средство: Задача

Вопросы/Задания:

1. Что такое цифровой продукт?

Цифровой продукт — это продукт, который существует в цифровом формате и может быть использован или потреблен через электронные устройства, например, программное обеспечение, мобильные приложения, веб-сайты и цифровые услуги.

2. Каковы основные этапы жизненного цикла цифрового продукта?

Основные этапы включают: исследование и анализ рынка, концепция и проектирование, разработка, тестирование, запуск, маркетинг и поддержка.

3. Что такое MVP (Минимально жизнеспособный продукт)?

MVP — это версия продукта с минимальным набором функций, необходимым для удовлетворения потребностей ранних пользователей и получения обратной связи для дальнейшего улучшения.

4. Какие методы используются для анализа потребностей пользователей?

Методы включают опросы, интервью, фокус-группы, наблюдения, анализ данных и создание пользовательских персонажей (персонажей-типов пользователей).

5. Какова роль продакт-менеджера?

Продакт-менеджер отвечает за стратегию, планирование и выполнение разработки продукта, взаимодействуя с командами разработки, маркетинга и продаж.

Раздел 2. Раздел 2

Форма контроля/оценочное средство: Задача

Вопросы/Задания:

1. Что такое Agile-методология в управлении продуктами?

Agile — это методология управления проектами, ориентированная на гибкость, быструю адаптацию к изменениям и итеративное развитие продукта.

2. Как измеряется успех цифрового продукта?

Успех можно измерять с помощью ключевых показателей эффективности (KPI), таких как количество пользователей, уровень удержания, доход и удовлетворенность клиентов.

3. Что такое бенчмаркинг в контексте управления продуктом?

Бенчмаркинг — это процесс сравнения продукта с аналогичными решениями на рынке для выявления лучших практик и областей для улучшения.

4. Какова важность пользовательского опыта (UX) в управлении цифровым продуктом?

Хороший UX увеличивает удовлетворенность пользователей, способствует удержанию клиентов и повышает вероятность повторных покупок.

5. Что такое А/В-тестирование?

А/В-тестирование — это метод сравнения двух версий продукта или его элементов для определения, какая из них лучше выполняет поставленные цели.

Раздел 3. Раздел 3

Форма контроля/оценочное средство: Задача

Вопросы/Задания:

1. Какие инструменты могут использоваться для управления проектами в разработке цифрового продукта?

Популярные инструменты включают Jira, Trello, Asana, Monday.com и ClickUp.

2. Какие инструменты могут использоваться для управления проектами в разработке цифрового продукта?

Популярные инструменты включают Jira, Trello, Asana, Monday.com и ClickUp.

3. Какова роль аналитики в управлении цифровым продуктом?

Аналитика помогает продакт-менеджерам принимать обоснованные решения на основе данных о поведении пользователей, производительности продукта и рыночных тенденциях.

4. Что такое roadmap (дорожная карта) продукта?

Дорожная карта продукта — это стратегический документ, который описывает видение, цели и план развития продукта на определенный период времени.

5. Как важно взаимодействие с заинтересованными сторонами?

Взаимодействие с заинтересованными сторонами критически важно для понимания их потребностей и ожиданий, что помогает формировать правильную стратегию развития продукта.

7. Оценочные материалы промежуточной аттестации

Очная форма обучения, Третий семестр, Зачет

Контролируемые ИДК: ПК-П4.1

Вопросы/Задания:

1. Каковы основные риски при управлении цифровым продуктом?

Основные риски включают недостаточное понимание потребностей пользователей, технические проблемы, конкуренцию на рынке и изменения в законодательстве или технологиях.

2. Что такое цифровой продукт?

Цифровой продукт — это продукт, который существует в цифровом формате и может быть использован или потреблен через электронные устройства, например, программное обеспечение, мобильные приложения, веб-сайты и цифровые услуги.

3. Каковы основные этапы жизненного цикла цифрового продукта?

Основные этапы включают: исследование и анализ рынка, концепция и проектирование, разработка, тестирование, запуск, маркетинг и поддержка.

Заочная форма обучения, Третий семестр, Зачет

Контролируемые ИДК: ПК-П4.1

Вопросы/Задания:

1. Что такое MVP (Минимально жизнеспособный продукт)?

MVP — это версия продукта с минимальным набором функций, необходимым для удовлетворения потребностей ранних пользователей и получения обратной связи для дальнейшего улучшения.

2. Какие методы используются для анализа потребностей пользователей?

Методы включают опросы, интервью, фокус-группы, наблюдения, анализ данных и создание пользовательских персонажей (персонажей-типов пользователей).

3. Какова роль продакт-менеджера?

Продакт-менеджер отвечает за стратегию, планирование и выполнение разработки продукта, взаимодействуя с командами разработки, маркетинга и продаж.

8. Материально-техническое и учебно-методическое обеспечение дисциплины

8.1. Перечень основной и дополнительной учебной литературы

Основная литература

1. ИВАНОВА И. Г. Международный маркетинг: метод. указания / ИВАНОВА И. Г. - Краснодар: КубГАУ, 2020. - 31 с. - Текст: электронный. // : [сайт]. - URL: <https://edu.kubsau.ru/mod/resource/view.php?id=7609> (дата обращения: 02.05.2024). - Режим доступа: по подписке

2. КУЗНЕЦОВА Н. В. Компьютерные технологии в учетно-аналитической практике: метод. указания / КУЗНЕЦОВА Н. В., Морозкина С. С., Шулепина С. А.. - Краснодар: КубГАУ, 2019. - 26 с. - Текст: электронный. // : [сайт]. - URL: <https://edu.kubsau.ru/mod/resource/view.php?id=6492> (дата обращения: 02.05.2024). - Режим доступа: по подписке

3. АРУТЮНЯН Ю. И. Комплексный экономический анализ деятельности фирмы: учеб. пособие / АРУТЮНЯН Ю. И., Шибанихин Е. А.. - Краснодар: КубГАУ, 2021. - 177 с. - 978-5-907550-15-5. - Текст: электронный. // : [сайт]. - URL: <https://edu.kubsau.ru/mod/resource/view.php?id=10446> (дата обращения: 02.05.2024). - Режим доступа: по подписке

Дополнительная литература

1. ЯСМЕНКО Г. Н. Управление деятельностью учетно-аналитических служб: метод. указания / ЯСМЕНКО Г. Н.. - Краснодар: КубГАУ, 2023. - 25 с. - Текст: электронный. // : [сайт]. - URL: <https://edu.kubsau.ru/mod/resource/view.php?id=13207> (дата обращения: 21.06.2024). - Режим доступа: по подписке

8.2. Профессиональные базы данных и ресурсы «Интернет», к которым обеспечивается доступ обучающихся

Профессиональные базы данных

Не используются.

Ресурсы «Интернет»

1. <https://rosstat.gov.ru/> - Росстат

2. <https://www.finam.ru/> - Фин ру

3. <https://www.audit-it.ru/> - Аудит ру

8.3. Программное обеспечение и информационно-справочные системы, используемые при осуществлении образовательного процесса по дисциплине

Информационные технологии, используемые при осуществлении образовательного процесса по дисциплине позволяют:

- обеспечить взаимодействие между участниками образовательного процесса, в том числе синхронное и (или) асинхронное взаимодействие посредством сети «Интернет»;
- фиксировать ход образовательного процесса, результатов промежуточной аттестации по дисциплине и результатов освоения образовательной программы;
- организовать процесс образования путем визуализации изучаемой информации посредством использования презентаций, учебных фильмов;
- контролировать результаты обучения на основе компьютерного тестирования.

Перечень лицензионного программного обеспечения:

1 Microsoft Windows - операционная система.

2 Microsoft Office (включает Word, Excel, Power Point) - пакет офисных приложений.

Перечень профессиональных баз данных и информационных справочных систем:

1 Гарант - правовая, <https://www.garant.ru/>

2 Консультант - правовая, <https://www.consultant.ru/>

3 Научная электронная библиотека eLibrary - универсальная, <https://elibrary.ru/>

Доступ к сети Интернет, доступ в электронную информационно-образовательную среду университета.

Перечень программного обеспечения

(обновление производится по мере появления новых версий программы)

Не используется.

Перечень информационно-справочных систем

(обновление выполняется еженедельно)

Не используется.

8.4. Специальные помещения, лаборатории и лабораторное оборудование

9. Методические указания по освоению дисциплины (модуля)

Учебная работа по направлению подготовки осуществляется в форме контактной работы с преподавателем, самостоятельной работы обучающегося, текущей и промежуточной аттестаций, иных формах, предлагаемых университетом. Учебный материал дисциплины структурирован и его изучение производится в тематической последовательности. Содержание методических указаний должно соответствовать требованиям Федерального государственного образовательного стандарта и учебных программ по дисциплине. Самостоятельная работа студентов может быть выполнена с помощью материалов, размещенных на портале поддержки Moodle.

10. Методические рекомендации по освоению дисциплины (модуля)