

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ
ТОМСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ (НИ ТГУ)

Институт дистанционного образования

УТВЕРЖДЕНО:

директор ИДО-проректор по
развитию дополнительного
образования
М.О. Шепель

Оценочные материалы по дисциплине

Исследования в продуктовом цикле

по направлению подготовки

09.04.03 Прикладная информатика

Направленность (профиль) подготовки / специализация:
«Дизайн и развитие цифрового продукта»

Форма обучения
Очная

Квалификация
Магистр

Год приема
2024

СОГЛАСОВАНО:
Руководитель ОП
А.В. Кудинов

Председатель Объединенного
административно-методического
Совета ИДО
С.Б. Велединская

Томск – 2024

1. Компетенции и индикаторы их достижения, проверяемые данными оценочными материалами

Целью освоения дисциплины является формирование следующих компетенций:

- УК-1 – способность осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать стратегию действий;
- УК-2 – способность управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла;
- УК-4 – способность применять современные коммуникативные технологии, в том числе на иностранном языке, для академического и профессионального взаимодействия;
- ОПК-4 – способность применять на практике новые научные принципы и методы исследований;
- ПК-1 – способность управлять портфелем ИТ-продуктов и подразделениями управления ИТ-продуктами.

Результатами освоения дисциплины являются следующие индикаторы достижения компетенций:

- ИУК-1.1 – Выявляет проблемную ситуацию, на основе системного подхода осуществляет ее многофакторный анализ и диагностику
- ИУК-1.3 – Предлагает и обосновывает стратегию действий с учетом ограничений, рисков и возможных последствий
- ИУК-2.1 – Формулирует цель проекта, обосновывает его значимость и реализуемость
- ИУК-2.2 – Разрабатывает программу действий по решению задач проекта с учетом имеющихся ресурсов и ограничений
- ИУК-4.2 – Применяет современные средства коммуникации для повышения эффективности академического и профессионального взаимодействия, в том числе на иностранном языке
- ИОПК-4.1 – Знает теоретические основы научных принципов и методов исследований
- ИОПК-4.2 – Умеет выполнять научные исследования в профессиональной сфере
- ИОПК-4.3 – Применяет на практике новые научные принципы и методы исследований
- ИПК-1.1 – Способен управлять портфелем ИТ-продуктов и подразделениями управления ИТ-продуктами
- ИПК-1.3 – Определяет метрики успешности ИТ-продуктов портфеля

2. Оценочные материалы текущего контроля и критерии оценивания

Текущий контроль по дисциплине проводится путем проведения тестов по лекционному материалу (включены в электронный учебник) и оценки самостоятельного проекта студента.

Примеры тестов текущего контроля

ИУК-1.1 – Выявляет проблемную ситуацию, на основе системного подхода осуществляет ее многофакторный анализ и диагностику

1) Пример вопроса на соотнесение

Отметьте, какой элемент пропущен в формулировке разных Job Story.

- На работе мне важно сконцентрироваться на задачах и выполнить их в срок

Верный ответ: потребность. Фидбэк на платформе: Здесь пропущено описание потребности — что он или она хочет? Например, может быть так: «На работе я хочу иметь уединённое место, чтобы сконцентрироваться на задачах и выполнить их в срок».

- Я хочу быстро утолить голод, чтобы мне хватило сил сделать всё запланированное

Верный ответ: ситуация. Фидбэк на платформе: Здесь пропущено описание потребности — что он или она хочет? Например, может быть так: «На работе я хочу иметь уединённое место, чтобы сконцентрироваться на задачах и выполнить их в срок».

- В пробке я хочу послушать образовательный контент

Верный ответ: результат. Фидбэк на платформе: Этой Job Story не хватает описания результата. Например, может быть так: «В пробке я хочу послушать образовательный контент, чтобы провести это время с пользой».

- Я предпочитаю заказывать продукты на неделю вперёд, чтобы потом не тратить на это свободное время, а уделить его близким

Верный ответ: ситуация. Фидбэк на платформе: Не хватает описания ситуации, в которой возникает проблема. Например, «В выходные я хочу заказать продукты на неделю вперёд, чтобы потом не тратить на это свободное время, а уделить его близким».

- Отправляясь в поездку, я хочу найти няню для своего питомца

Верный ответ: результат. Фидбэк на платформе: Нужно дополнить Job Story описанием результата. Например, «Отправляясь в поездку, я хочу найти няню для своего питомца, чтобы быть уверенным, что он здоров и счастлив, и не переживать об этом во время отдыха».

2) Пример вопроса на соотнесение

Выберите из выпадающего списка уровень Job Story к каждому примеру.

- Каждый день я хочу сбалансированно питаться, чтобы быть энергичным и здоровым

Верный ответ: Big. Фидбэк на платформе: Это Big Job. Она иллюстрирует

высокоуровневую потребность человека, которая почти не меняется со временем.

- Когда я покупаю продукты, мне важно видеть их состав, чтобы быть уверенным в своём выборе и в том, что меня не обманывают

Верный ответ: Small. Фидбэк на платформе: Это Small Job. Она описывает сценарий пользователя: это уже не уровень базовой потребности, но ещё и не маленький шаг внутри задачи.

- Формируя корзину товаров, я хочу иметь возможность открыть карточку продукта в отдельном окне, чтобы детально изучить его состав

Верный ответ: Micro. Фидбэк на платформе: Это Micro Job. Открытие карточки товара — это небольшой шаг внутри задачи выбора продукта.

- В свободное время мне нравится проводить свой досуг насыщенно и разнообразно, чтобы чувствовать себя свободно и радостно, отвлекаться от рутинных дел и забот

Верный ответ: Big. Фидбэк на платформе: Потребность в досуге — это базовый запрос любого человека. Такая Big Job может оставаться неизменной на протяжении всей жизни человека. Эту потребность можно закрыть разными решениями.

- Оплачивая заказ, я хочу иметь возможность ввести реквизиты своей карты, чтобы совершить покупку онлайн

Верный ответ: Micro. Фидбэк на платформе: Потребность в досуге — это базовый запрос любого человека. Такая Big Job может оставаться неизменной на протяжении всей жизни человека. Эту потребность можно закрыть разными решениями.

ИУК-1.3 – Предлагает и обосновывает стратегию действий с учетом ограничений, рисков и возможных последствий

1) Пример вопроса с множественным выбором

Выберите все ситуации, в которых продукту поможет глубинное интервью.

- В техподдержку приходят запросы на конкретную функциональность в приложении. Продакт не может понять, зачем она нужна пользователям

Верный ответ. Фидбэк на платформе: Для уточнения сценариев в этих запросах отлично подойдет интервью.

- Продакт провёл опрос среди пользователей своего продукта, чтобы выяснить причины отказа от продления подписки. В результате больше половины ответили, что у них уже нет потребности в продукте

Верный ответ. Фидбэк на платформе: Невозможно принять решение о развитии продукта на основе ответа «Нет потребности». Нужно раскрыть истинные причины отказа от продления подписки — в этом поможет интервью.

- Продакт хочет приоритизировать бэклог. Для этого нужно узнать, какая часть аудитории просит ту или иную фичу

Неверный ответ. Фидбэк на платформе: Здесь не хватает количественных данных. Собрать их поможет опрос, а не глубинное интервью.

- Продакт недавно запустил новый продукт. Вскоре появились первые пользователи. Чтобы принять решение о дальнейшем развитии продукта, нужно описать сценарии текущих пользователей

Верный ответ. Фидбэк на платформе: Глубинное интервью поможет выявить сценарии и подробно их описать. Результаты можно использовать в продвижении или генерации идей для развития продукта.

- Продакт-менеджер хочет узнать, какие сложности и проблемы могут возникнуть у пользователей в интерфейсе новой фичи

Неверный ответ. Фидбэк на платформе: Одного интервью будет недостаточно. Для проверки интерфейса нужно использовать юзабилити-тестирование с элементами интервью, где есть открытые и уточняющие вопросы.

2) Пример вопроса с множественным выбором

Какие суждения о составлении гайда являются верными? Выберите все правильные ответы.

- В гайде глубинного интервью большинство вопросов должны быть закрытые, чтобы респонденты не устали и ответили на все нужные тебе вопросы.

Неверный ответ. Фидбэк на платформе: Глубинное интервью — метод сбора качественных данных. Это значит, что большинство вопросов в интервью должны быть открытыми, чтобы получить развёрнутое мнение и описание опыта респондента.

- Во вступлении гайда полезно заранее предусмотреть какие-то отвлечённые темы, чтобы расположить к себе респондента.

Верный ответ. Фидбэк на платформе: Темы для small talk — полезная часть гайда. Они помогут тебе наладить контакт с незнакомым человеком.

- Как только вы закончите обсуждать смысловые вопросы, нужно закончить интервью, чтобы никого не задерживать.

Неверный ответ. Фидбэк на платформе: Обрывать интервью на смысловых вопросах не стоит. В гайде важно предусмотреть вопросы и фразы для плавного завершения беседы. Например, прописать обобщающие вопросы по типу: «Есть

ли что-то ещё, о чём вы хотите рассказать?». Они дадут респонденту время подумать и добавить важные мысли.

- Тестирование гайда помогает выявить ошибки в вопросах, непонятные места в предполагаемой беседе и улучшить его перед интервью с пользователями.

Верный ответ. Фидбэк на платформе: Если ты попробуешь провести импровизированное интервью с коллегой или с двумя-тремя тестовыми пользователями, ты сможешь увидеть ошибки в своём гайде и дополнить его.

- Гайд — это список вопросов, которому нужно следовать на протяжении всего интервью. Последовательность вопросов в гайде очень важна.

Неверный ответ. Фидбэк на платформе: Гайд — это примерный план беседы. Он помогает интервьюеру не забыть спросить о важном, но сама беседа с пользователем должна быть органичной и логичной. Поэтому отступление от последовательности вопросов вполне допустимо.

ИУК-2.1 – Формулирует цель проекта, обосновывает его значимость и реализуемость

1) Пример вопроса с множественным выбором

Отметьте все гипотезы, которые сформулированы некорректно.

- Людям, которые пользуются продуктом год или более, сложно привыкнуть к редизайну. Поэтому они уходят к конкурентам, либо звонят в техподдержку, либо допускают ошибки, которые влияют на выполнение их ключевой задачи в сервисе.

Верный ответ. Фидбэк на платформе: Эта гипотеза нуждается в доработке. Непонятно, что конкретно мы хотим проверить: сложность адаптации, наличие ошибок или их важность для сценария. Лучше разбить эту гипотезу на три отдельные.

- Люди старшего возраста (60+ лет) не смогут самостоятельно отправить форму в налоговую.

Неверный ответ. Фидбэк на платформе: Гипотеза сформулирована конкретно и лаконично. Она явно требует проверки. Ведь мы не знаем, насколько хорошо разные возрастные группы освоили налоговую бюрократию и кому из них пригодится наш продукт.

- Индивидуальным предпринимателям сложнее сдавать отчётность из-за нехватки опыта.

Верный ответ. Фидбэк на платформе: В этой гипотезе не раскрыто, что значит «сложнее» по сравнению с кем или с чем. Также в гипотезе не хватает конкретики: о какой отчётности ИП речь?

- Пользователям всех сегментов важно знать баланс своего лицевого счёта.

Верный ответ. Фидбэк на платформе: Эта гипотеза очевидна и не требует проверки. Опыт многих продуктов, где у клиентов есть лицевой счёт, подсказывает, что для них эта фича обязательна.

- Пользователи-бухгалтеры проверяют финансовое состояние клиентов, которых берут на обслуживание.

Неверный ответ. Фидбэк на платформе: В этой гипотезе есть конкретика. Понятна аудитория, на которой мы будем проверять наши сомнения (бухгалтеры), а также описано само предположение (наличие сценария проверки клиентов). Гипотеза корректна.

- Клиентам, которые пользуются продуктом более трёх лет, проще адаптироваться к редизайну.

Верный ответ. Фидбэк на платформе: Эта гипотеза не подходит для исследования. Во-первых, тезис очевиден и не требует проверки. Во-вторых, термин «проще» требует пояснения: как узнать, что клиентам проще? Им проще чем, кому?

2) Пример вопроса на соотнесение

Сопоставьте каждую цель продукта с этапом жизненного цикла клиента.

- Подтолкнуть клиента к тому, что ему нужен конкретный формат закрытия потребности

Верный ответ: выбор решения. Фидбэк на платформе: Это этап выбора решения, когда клиент выбирает между разными способами удовлетворить потребность. Например, заказать билеты самому или позвонить в турагентство.

- Мотивировать клиента купить дополнительные возможности или перейти на более дорогой тариф

Верный ответ: работа в продукте. Фидбэк на платформе: Тут описан апсейл — одна из задач этапа работы в продукте. На этой стадии клиент уже произвёл оплату и использует сервис для своих сценариев.

- Выделить твой продукт на фоне конкурентов, описать его преимущества

Верный ответ: поиск продукта. Фидбэк на платформе: Это этап поиска конкретного продукта. Клиент уже знает, какое решение ему подходит, но ещё не определился с продуктом.

- Минимизировать барьеры при оплате подписки

Верный ответ: покупка. Фидбэк на платформе: Это этап покупки. Клиент выбрал сервис и хочет оплатить подписку.

- Обучить и вовлечь клиента в пользование разными фичами

Верный ответ: работа в продукте. Фидбэк на платформе: Это длительный этап

работы в продукте. Клиент уже купил продукт и решает в нём свои задачи.

- Замотивировать клиента продлить подписку или вернуться к твоему продукту в будущем
Верный ответ: уход из продукта. Фидбэк на платформе: Это этап ухода из продукта, когда клиент по каким-то причинам не хочет продолжать им пользоваться.
- Привести клиента к осознанию своей проблемы или запроса
Верный ответ: формирование потребности. Фидбэк на платформе: Это этап формирования потребности. Важно привести клиента к её осознанию через фоновую коммуникацию с ним.

ИУК-2.2 – Разрабатывает программу действий по решению задач проекта с учетом имеющихся ресурсов и ограничений

1) Пример вопроса с множественным выбором

Выбери все ситуации, в которых нужно составить дизайн исследования.

- Продакт-менеджер работает в продукте на этапе подготовки. В этот период самое важное — понять, какие сегменты потенциальных пользователей есть у будущего сервиса. Есть множество гипотез и данных из разных источников. Продакт хочет запустить большое исследование, которое будет полезно для разработки и продвижения продукта.

Верный ответ. Фидбэк на платформе: Почти все исследования на старте полезно подробно описывать (особенно базовые — про типы пользователей и их сценарии). Это важно, потому что они закладывают фундамент для дальнейшего развития продукта. Чтобы через год-два можно было вернуться к этим исследованиям, полезно сразу описать их дизайн: метод, выборку и так далее.

- У продакта появилась гипотеза о новом для продукта сценарии. Потенциально реализация этого сценария привлечёт новый сегмент аудитории в продукт. Нужно провести исследование, которое прояснит важные нюансы сценария и проверит его востребованность у новых пользователей.

Верный ответ. Фидбэк на платформе: Тут речь идёт о большом и важном для продукта исследовании нового сценария и новой аудитории. При проверке и реализации целого сценария в продукте важно уделить внимание мелочам, а само исследование провести без искажений и ошибок. Если сценарий подтвердится, то при его доработке пригодится дизайн исходного исследования. А значит, дизайн здесь нужен.

- Продакт хочет собрать обратную связь по новой фиче сразу после релиза. Он планирует запустить в сервисе небольшую анкету.

Неверный ответ. Фидбэк на платформе: Сбор обратной связи — достаточно

типовая задача в продукте. Кроме того, сама анкета будет небольшой. А значит, можно пренебречь формализацией дизайна исследования. Ведь маловероятно, что продакт упустил что-то важное из-за небольшого масштаба анкеты.

- Продакт хочет проверить гипотезу о ценности новой фичи в продукте. В его команде есть исследователь, которому можно делегировать соответствующие задачи.

Верный ответ. Фидбэк на платформе: В данном случае полезно составить дизайн исследования на старте. Так можно зафиксировать ожидания продакта и видение исследователя. Дизайн может описать как сам продакт, так и исследователь. Главное — встретиться и обсудить все блоки дизайна, чтобы потом прийти к понятному и предсказуемому результату.

- Через месяц вступает в силу закон, который повлияет на работу одной из важных фич твоего сервиса. На написание кода и тестирование доработок уйдёт около 3,5 недель. Остался один важный момент, который повлияет на доработки. Продакт хочет прояснить его с помощью исследования.

Неверный ответ. Фидбэк на платформе: В этом кейсе сроки явно поджимают — на проверку гипотезы есть меньше недели. В таком случае лучше обойтись без дизайна, чтобы успеть завершить разработку и тестирование.

2) Пример вопроса на соотнесение

Сопоставь вопрос и блок дизайна исследования, который на него отвечает.

- Каким образом ты планируешь проверять гипотезы?

Верный ответ: описание метода. Фидбэк на платформе: Способ проверки гипотез исследования описывается в блоке про методы.

- Когда нужно получить результаты исследования?

Верный ответ: сроки. Фидбэк на платформе: Этот вопрос закрывается в блоке про сроки исследования.

- Какие есть сомнения или предположения на этом этапе?

Верный ответ: гипотезы. Фидбэк на платформе: Предположения по исследованию — это гипотезы.

- Кто и каким образом будет использовать материалы исследования?

Верный ответ: формат представления результатов. Фидбэк на платформе: Понимание того, кто и как будет работать с результатами, помогает определиться с форматом предоставления материалов.

- Какие характеристики описывают аудиторию, подходящую для исследования?

Верный ответ: описание выборки. Фидбэк на платформе: Описание аудитории, на которой будут проверять гипотезы, — это блок дизайна про выборку.

- На какие решения повлияет исследование?

Верный ответ: цели и задачи. Фидбэк на платформе: Понимание того, как будут применяться результаты, поможет сформулировать цели и задачи исследования.

ИУК-4.2 – Применяет современные средства коммуникации для повышения эффективности академического и профессионального взаимодействия, в том числе на иностранном языке

1) Пример вопроса на соотнесение

Определите, к каким частям рекрутингового сича относятся фразы.

- «Наша беседа займёт около 40 минут. Минут за 5–10 до звонка я напишу вам на почту, чтобы напомнить вам о нашей беседе».

Верный ответ: организационные моменты. Фидбэк на платформе: Описание формата интервью и указание его длительности — это организационные моменты.

- «Добрый день! Меня зовут Елена. Я занимаюсь развитием маркетплейса Omnis».

Верный ответ: приветствие. Фидбэк на платформе: Тут интервьюер приветствует потенциального респондента и коротко говорит о том, кто она и откуда. Это приветствие.

- «Наша беседа очень поможет развитию сервиса. Вы согласны поучаствовать в нашем исследовании?»

Верный ответ: получения согласия. Фидбэк на платформе: Прямой вопрос о желании поучаствовать в исследовании относится к блоку «Получение согласия».

- «Ваш опыт и экспертиза в этом вопросе позволят нам сделать сервис, который будет максимально удобен для ваших задач».

Верный ответ: мотивация. Фидбэк на платформе: Интервьюер делает акцент на экспертности респондента, мотивирует его к участию в исследовании. Это мотивационная часть сича.

- «Наша команда регулярно общается со своими пользователями, чтобы сделать действительно удобный и полезный продукт. И сейчас мы как раз собираем обратную связь от клиентов».

Верный ответ: обозначить цель. Фидбэк на платформе: Интервьюер рассказывает о цели своего звонка. А значит, эта часть спича обозначает цель интервью.

2) Пример вопроса с множественным выбором

Вы — продакт сервиса по заказу клининга на дом. Вам нужно провести исследование, чтобы выяснить ключевые сценарии и запросы нового премиального сегмента аудитории.

Есть предположение, что требования к клинингу, сервисное сопровождение и сценарии заказа в приложении у этой группы пользователей будут отличаться.

Вы решаете провести глубинные интервью с первыми клиентами из премиального сегмента. Сперва ты выписываешь свои цели и гипотезы. Затем Вы описываете, какие именно респонденты попадут в выборку и сколько интервью нужно с ними провести.

Что ещё Вам обязательно нужно продумать перед тем, как звонить респондентам?

- Рекрутинговый спич

Верный ответ. Фидбэк на платформе: Рекрутинговый спич — обязательный элемент интервью. Без него не получится успешно конвертировать пользователей из базы данных в респондентов.

- Прототипы интерфейса, заточенного под премиальный сегмент

Неверный ответ. Фидбэк на платформе: Об этом пока думать рано. Пока что Вам важно только проверить гипотезы. Возможно, на их основе Вы решите менять интерфейс и подготовишь прототипы.

- Мотивация для респондентов

Верный ответ. Фидбэк на платформе: Продумать материальные и нематериальные способы мотивации — это обязательный шаг рекрутинга респондентов.

- Источники поиска респондентов для интервью

Верный ответ. Фидбэк на платформе: Важно на старте понимать, где ты будешь искать участников исследования. Нужно понять, в каких сообществах они состоят, на какие мероприятия ходят, можно ли их как-то найти среди пользователей твоего продукта и так далее.

ИОПК-4.1 – Знает теоретические основы научных принципов и методов исследований

1) Пример вопроса с множественным выбором

Выберите верные суждения про исследования на разных этапах разработки продукта.

- На этапе формулирования гипотез важно проверить интерфейс будущей фичи

Неверный ответ. Фидбэк на платформе: На этапе формулирования гипотез ещё рано проверять интерфейс. На этом этапе важно найти инсайты и идеи для развития продукта.

- Исследования помогают оценить жизнеспособность идеи при проверке гипотез

Верный ответ. Фидбэк на платформе при неверном ответе: На этапе проверки гипотез исследования помогают убедиться в том, что фича нужна пользователям.

- При проектировании макетов полезно проверить будущий интерфейс на пользователях с помощью исследований

Верный ответ. Фидбэк на платформе при неверном ответе: При проектировании важно оценить удобство интерфейса с помощью исследований на пользователях. Особенно если речь идёт про большую, новую и значимую фичу в продукте.

- На этапе оценки успешности продуктивное исследование поможет собрать обратную связь от пользователей

Верный ответ. Фидбэк на платформе при неверном ответе: Когда продакт хочет оценить успешность релиза, то ему или ей нужна обратная связь от пользователей. Собрать фидбэк можно через исследование.

- Исследования практически не нужны на этапе аналитики

Верный ответ. Фидбэк на платформе при неверном ответе: Исследования, конечно, важны для аналитики. На этом этапе они помогают сформулировать решение с опорой на знания о пользователях и их сценариях.

2) Пример вопроса с множественным выбором

Выберите все верные суждения о гипотезах исследования.

- Гипотеза — это противоположность неопределённости; уточнение картины мира, которое помогает принимать управленческие решения.

Неверный ответ. Фидбэк на платформе: Уточнение картины мира в противовес неопределённости — это цель исследования. Гипотеза же — это конкретное предположение об определённых аспектах жизни пользователей.

- Идея, которую Вы берёте в работу, потому что её подсказал авторитетный коллега, чревата ошибками. Полезно подвергать всё сомнению и проверять факты, говорящие в пользу идеи.

Верный ответ. Фидбэк на платформе: Критическое мышление и формулирование гипотез — связанные навыки. Они очень важны для продакта. Опасно полагаться лишь на экспертизу коллег без подтверждения фактами.

- Без проверки гипотез нельзя принимать решения по развитию продукта. Это обязательный шаг при работе над задачей.

Неверный ответ. Фидбэк на платформе: Не все решения нужно принимать после проверки гипотез. Некоторые идеи можно не проверять, а сразу воплощать. Например, мелкие косметические доработки продукта.

- На старте исследования гипотезы помогают понять, что конкретно мы получим по результатам исследования, и не потерять фокус внимания по ходу его проведения.

Верный ответ. Фидбэк на платформе: Так как гипотезы — это конкретные предположения, то они с самых ранних этапов задают рамки исследования и служат ориентиром при его проведении.

ИОПК-4.2 – Умеет выполнять научные исследования в профессиональной сфере

1) Пример вопроса на соотнесение

Определите, в какой ситуации стоит провести исследование, а в какой можно обойтись без него.

- Команда хочет запустить новый продукт

Верный ответ: нужно. Фидбэк на платформе: При запуске новых продуктов важно проводить продуктовые исследования. Это поможет оценить востребованность продукта, потенциал рынка и узнать своих будущих пользователей лучше.

- У продукта есть утверждённая стратегия развития. Исследователь провёл исследование и принёс классную идею. Но реализация этой фичи займёт почти месяц разработки. Эта фича не связана ни с одним из векторов развития продукта.

Верный ответ: не нужно. Фидбэк на платформе: Идея исследователя может быть привлекательной. Но в данном случае она не работает на цели стратегии продукта. Скорее всего, ресурсов на её реализацию не будет, ведь в приоритете — стратегические задачи. Можно записать идею в бэклоге, посчитать выгоду от такой фичи и вернуться к ней позже, если она станет актуальной для продукта.

- Появился новый конкурент. Это заставило команду задуматься о новых прорывных фичах. У руководителя продукта есть идея, которую он хочет воплотить как можно быстрее. Это новый и большой сценарий, в который нужно будет вложить много усилий.

Верный ответ: нужно. Фидбэк на платформе: Так как идея руководителя достаточно масштабная и новая для продукта, стоит убедиться в её востребованности, прежде чем начинать разработку.

- Проектировщик предлагает внести незначительные изменения в интерфейс. Это поможет обновить дизайн продукта и улучшить вид сервиса, не затрагивая ключевую функциональность.

Верный ответ: не нужно. Фидбэк на платформе: Изменения, которые предлагает проектировщик, не влияют на ключевой сценарий и носят косметический характер. Плюс такое исследование, скорее всего, обойдётся дороже, чем внесение изменений и их откат в случае неудачи.

- За последний год из команды ушли многие специалисты. Её состав почти целиком обновился. Новый руководитель предлагает реализовать амбициозную идею на основе своего прошлого опыта работы в похожем продукте.

Верный ответ: нужно. Фидбэк на платформе: В команде много новых людей, которые ещё не накопили достаточно опыта в продукте и не могут оценить идею руководителя. В любом случае лучше не опираться на опыт одного специалиста в другом продукте. И, наконец, новой команде будет полезно выйти в поля, чтобы лично познакомиться с аудиторией.

- Метрики показывают, что большая часть аудитории работает в сервисе нерегулярно и пользуется продуктом лишь по будням. Продакт хочет поговорить с пользователями, чтобы убедиться в этом.

Верный ответ: не нужно. Фидбэк на платформе: Эту гипотезу можно проверить без общения с пользователями. Будет достаточно собранных в продукте данных о том, как часто пользователи заходят в продукт и в какие дни.

2) Пример вопроса с множественным выбором

Выберите из списка все цели, которые подходят для исследования.

- Снизить число отказов от продления подписки сервиса на 5% к концу года

Неверный ответ. Фидбэк на платформе при неверном ответе: Это бизнес-цель. Достичь её с помощью одного исследования не получится.

- Предложить новое решение для предпринимателей из сегмента «Бизнес-услуги» в следующем году

Неверный ответ. Фидбэк на платформе при неверном ответе: Это похоже на стратегическую цель продукта, которая требует работы сразу нескольких функциональных зон команды. Это не исследовательская цель.

- Выяснить ключевые сценарии клиентов со средним чеком от 10 тыс. рублей

Верный ответ. Фидбэк на платформе при неверном ответе: Это хороший пример цели для исследования. К тому же её можно достичь с помощью исследовательского метода (например, интервью).

- Выяснить распределение пользователей по наличию ключевых сценариев

Верный ответ. Фидбэк на платформе при неверном ответе: Эта цель подходит для исследования. Её можно достичь с помощью опроса, и она не требует работы других функциональных зон команды.

- Запустить регулярный опрос в продукте

Неверный ответ. Фидбэк на платформе при неверном ответе: Хотя в этой фразе упоминается исследовательский метод, сама цель относится не к продуктовым исследованиям, а к настройке процессов в продукте.

- Описать барьеры использования раздела «Рекомендации» у части аудитории продукта

Верный ответ. Фидбэк на платформе при неверном ответе: Это исследовательская цель. Её можно достичь с помощью метода исследования (к примеру, интервью).

ИОПК-4.3 – Применяет на практике новые научные принципы и методы исследований

1) Пример вопроса с множественным выбором

Выберите бизнес-цели, которые соответствуют критериям постановки цели по SMART.

- Привести показатель выручки продукта к 4 млрд рублей

Неверный ответ. Фидбэк на платформе при неверном ответе: Эта цель не полностью соответствует критериям SMART. Непонятно, за счёт чего показатель увеличится и за какой период. Не хватает конкретики и ограниченности во времени.

- Сократить время разработки фич в 1,5 раза к концу года

Верный ответ. Фидбэк на платформе при неверном ответе: Здесь соблюдены все критерии. Цель конкретна, измерима, достаточно амбициозна и достижима. Также есть обозначенный срок для достижения цели.

- Увеличить процент продлений в 3 раза к концу квартала

Неверный ответ. Фидбэк на платформе при неверном ответе: Эта цель недостижима и нереалистична — слишком амбициозные планы на такой короткий срок.

- Увеличить количество клиентов в сегменте «бизнес-услуги» на 20% к концу года

Верный ответ. Фидбэк на платформе при неверном ответе: Цель отвечает всем критериям SMART: она измерима, достижима, конкретна, реалистична и ограничена во времени.

- Увеличить количество заявок на сайте

Неверный ответ. Фидбэк на платформе при неверном ответе: Эта цель конкретна, однако её нельзя измерить. Также непонятно, к какому сроку нужно её достичь. Нужно добавить в эту цель ответы на два вопроса — за какой срок и на сколько процентов мы хотим увеличить количество заявок на сайте.

2) Пример вопроса на соотнесение

Соотнесите данные для формулирования гипотезы и источник их получения.

- Сервис провёл опрос пользователей. Выяснилось, что часть из них недовольна набором фич в продукте.
Верный ответ: Данные из продукта. Фидбэк на платформе: Результаты прошедших исследований помогут сформулировать гипотезы для новых.
Источник — данные из продукта.
- Маркетолог принёс результаты конкурентного анализа. Оказалось, что сразу три сервиса-конкурента сделали похожую фичу.
Верный ответ: Анализ рынка. Фидбэк на платформе: Конкурентный анализ — это источник для создания гипотез из категории «Анализ рынка».
- Метрики продукта показывают, что есть небольшой сегмент пользователей, который чаще других подключает дополнительные платные опции.
Верный ответ: Данные из продукта. Фидбэк на платформе: Метрики — это данные из продукта. Они очень помогают формулировать гипотезы.
- Пользователи стали часто спрашивать техподдержку о том, как продлить подписку на сервис.
Верный ответ: Данные из продукта. Фидбэк на платформе: Это данные из продукта. Анализируя обращения в техподдержку, продакт может создать на их основе гипотезы.
- Руководитель продукта предложила идею новой фичи. Она считает, что фича поможет увеличить число новых клиентов.
Верный ответ: Анализ рынка. Фидбэк на платформе: Идеи коллег и их обоснование могут стать источниками новых гипотез. Это категория «Экспертиза команды».

ИПК-1.1 – Способен управлять портфелем ИТ-продуктов и подразделениями управления ИТ-продуктами

1) Пример вопроса с одиночным выбором

Цель Вашего исследования — выделить ключевые проблемы пользователей при продлении подписки на сервис. Проведённое исследование должно помочь Вашей

команде спланировать серию доработок в продукте и улучшить сценарий клиентов. Для этого нужно запланировать задачи в разных функциональных зонах: в маркетинге, разработке и поддержке. Но какие именно задачи должны быть, пока непонятно.

Выберите формат презентации, который лучше всего подойдёт под описанный кейс.

- Воркшоп

Неверный ответ. Фидбэк на платформе: Воркшоп помогает создать какие-то артефакты для работы команды продукта. В нашем кейсе результаты исследования нужны для других целей.

- Простая презентация

Неверный ответ. Фидбэк на платформе: Простой презентации будет недостаточно. В описанном кейсе цель не просто проинформировать команду, а составить план действий.

- Мозговой штурм

Верный ответ. Фидбэк на платформе: Мозговой штурм подойдёт в этом кейсе лучше всего. Пригласи на презентацию представителей разных функциональных зон. Именно они и будут реализовывать доработки в продукте. Первую часть встречи можно посвятить представлению выводов исследования и описанию выявленных проблем. Во второй части предложи команде сгенерировать варианты решения найденных проблем и сформулировать задачи в своих функциональных зонах.

2) Пример вопроса на соотнесение

Серия Ваших интервью была на тему востребованности личного кабинета. Вместе с пользователями Вы обсудили сценарии покупки, продление подписки, управление личным кабинетом, подписки на новости сервиса и многое другое. Пришло время проанализировать полученные данные.

Расположите шаги анализа исследования из кейса выше в верной последовательности.

- Расшифровать записи интервью.

Верный ответ: 1. Фидбэк на платформе: Первый шаг — написать транскрипты интервью. Без переведённой в текст информации сложно работать.

- Вспомнить про цель исследования (проверить востребованность личного кабинета). Для этого нужно выявить проблемы и запросы пользователей.

Верный ответ: 2. Фидбэк на платформе: Второй шаг — вернуться к целям и гипотезам. Это поможет сфокусировать внимание на главном при работе с транскриптами.

- Обобщить важные цитаты из разных интервью. Найти те, где пользователи говорят о задачах, которые может решить личный кабинет. Например, про запрос

на управление подписками или про сценарии оплаты сервиса.
Верный ответ: 3. Фидбэк на платформе: Третий шаг — обобщить информацию с помощью смысловых кодов.

- Соотнести данные из интервью и гипотезы исследования. Ответить на вопрос — нужен ли пользователям личный кабинет.
Верный ответ: 4. Фидбэк на платформе: Четвёртый шаг — сформулировать выводы. Для этого нужно оценить, удалось ли получить ответы на все вопросы исследования и проверить гипотезы.

ИПК-1.3 – Определяет метрики успешности ИТ-продуктов портфеля

1) Пример вопроса на соотнесение

К каждому примеру выберите из выпадающего списка принцип, который нарушен при составлении вопроса.

- Как Ваш ребёнок готовится к сдаче единого государственного экзамена? [занимается с репетитором, посещает дополнительные занятия в школе, учится на онлайн-курсе]

Верный ответ: Полнота вариантов ответа. Фидбэк на платформе: В этом вопросе недостаточно полный список вариантов ответа. Какой вариант выбрать, если ребёнок готовится самостоятельно или с родителями?

- С какими сложностями сталкивалась Ваша компания при проведении специализированных процедур, обусловленных законодательством и КО, которые необходимы для регистрации бизнеса и постановки юрлица на налоговый учёт?

Верный ответ: Простые и понятные формулировки вопросов. Фидбэк на платформе: Вопрос сформулирован непонятно. Здесь много конструкций, которые усложняют восприятие. Также есть не всем известная аббревиатура КО (контролирующие органы). Лучше переформулировать вопрос и не потерять при этом смысл: «С какими сложностями сталкивалась Ваша компания при постановке юрлица на налоговый учёт?»

- Опишите свое семейное положение. [замужем, холост, есть дети, живу с родителями в их квартире, разведён, но есть дети]
Верный ответ: Единое логическое основание вариантов ответа. Фидбэк на платформе: В вариантах ответа смешано несколько логических оснований (семейное положение, место проживания, взгляды на родительство и брак). Если нужно узнать все эти факты из жизни пользователей, то лучше разбить этот вопрос на три отдельных. И к каждому вопросу дать более полный и логичный список вариантов ответа.

- Оцените, насколько наш сервис устойчив к DDoS-атакам по шкале от 1 до 5
Верный ответ: Простые и понятные формулировки вопросов. Фидбэк на платформе: Термин «DDoS-атаки» может быть совсем непонятным для большинства пользователей. Нужно переформулировать вопрос с более

понятными формулировками и терминами.

- Оцените улучшенный интерфейс приложения от 1 до 5
Верный ответ: Не используй стереотипные или наведённые формулировки.
Фидбэк на платформе: Слово «улучшенный» уже положительно окрашено и подталкивает респондента к определённому ответу. Для более точных результатов лучше избегать такой лексики.

2) Пример вопроса с множественным выбором

Отметьте правильные утверждения из списка. Верных ответов может быть больше одного.

- Количественная репрезентативность — это свойство выборочной совокупности, которое отражает наличие всех типов единиц наблюдения.

Неверный ответ. Фидбэк на платформе: Это ошибочное утверждение. Количественная репрезентативность показывает, достаточно ли опрошенных, чтобы перенести полученные результаты на всю аудиторию продукта.

- В онлайн-опросе сложно соблюсти качественную репрезентативность, и это нужно учитывать при анализе результатов.

Верный ответ. Фидбэк на платформе: Это верное утверждение. Сложно сразу отследить, какие именно пользователи заполнили анкету.

- Если первые 20 респондентов ответили одинаково, то можно не продолжать опрос.

Неверный ответ. Фидбэк на платформе: Это неверный тезис. Такой принцип работает только для качественных методов. Опрос же нужен для сбора количественных данных. Чтобы гарантировать достоверность и точность данных, нельзя останавливаться на части выборки. Возможно, первые 20 ответов в итоге окажутся в меньшинстве.

- Всегда недостаточно получить 100 ответов, чтобы перенести результаты опроса на всю аудиторию продукта.

Неверный ответ. Фидбэк на платформе: Это не так. 100 ответов может быть достаточно, если в продукте 100 пользователей. Количество ответов в выборке зависит от генеральной совокупности.

- Если вы соберёте 400 ответов на вашу анкету, то результаты опроса заслуживают доверия.

Верный ответ. Фидбэк на платформе: Это верно. После этого количества ответов значение ошибки выборки практически не меняется. Поэтому обычно нет смысла пытаться собрать ещё больше ответов, чтобы сформулировать выводы.

3. Оценочные материалы итогового контроля (промежуточной аттестации) и критерии оценивания

Студент получает оценку на экзамене по результатам выполнения самостоятельного проекта по темам «Культура документирования проектов», «Процесс и роли в формировании документации». Завершенный и оцененный преподавателем проект является основанием для получения зачета.

Пример самостоятельного проекта: необходимо провести изучение продукта для последующего решения задач, поставленных заказчиком в брифе.

Бриф:

Напомним, что Вы находитесь на этапе проектирование изменений в продукт Лавки — сервиса доставки продуктов. Чтобы успешно справиться с этой задачей, Вам нужно лучше узнать своих пользователей. В частности, Вам важно изучить:

Текущий опыт покупки продуктов (в онлайн и офлайн).

Какие проблемы и потребности есть у пользователей, которые покупают продукты онлайн?

Как они находят новые категории продуктов? Что мотивирует их?

Как эти знания пригодятся тебе для твоего продукта?

В этой проектной работе Вам предстоит глубинные интервью с пользователями, которые покупают продукты онлайн. Вы будете задавать им вопросы, чтобы лучше понять потребности и проблемы, связанные с использованием подобного продукта.

Алгоритм выполнения задания:

Шаг 1. Составьте план исследования. Сперва Вам нужно подготовить план исследования пользователей, которые покупают продукты.

Шаг 2. Подготовьте гайд интервью. Цель задания — составить гайд интервью для проведения глубинного интервью с участниками, которые имеют опыт покупки продуктов онлайн. Помните, что гайд интервью — это гибкий инструмент. Он может быть настроен и дополнен в процессе проведения интервью. Главное — получить из общения с пользователями максимум информации для целей исследования.

Шаг 3. Проведите интервью. Вам нужно найти от 3 до 6 респондентов и провести с ними интервью. Для поиска респондентов Вы можете использовать свои соцсети, обратиться к друзьям или родственникам. Можешь попросить помощи коллег или студентов из твоей когорты. Запишите каждое интервью на диктофон/использую функцию записи встречи в Zoom. Сделайте транскрибирование каждого интервью: запишите все ответы текстом по ходу прослушивания записи в поля ниже. При необходимости добавляйте новые строчки с ответами респондентов.

Шаг 4. Отправьте задание на ревью

При оценке проекта будут учитываться следующие критерии из этапов исследования:

План исследования

Что проверяется:

- Сформулирована одна основная цель, которая ставится при проведения глубинных интервью.
- Цель декомпозирована на 3–4 задачи.
- Описаны 2–3 гипотезы, которые будут проверены в этом исследовании.
- Описана выборка пользователей, которые максимально подходят под целевую аудиторию продукта.
- Описан формат, в котором будут представлены результаты исследования.

Гайд интервью

Что проверяется:

- Заполнены поля «Вступление», «Знакомство», «Заключение».
- Определены 3–4 смысловых блока интервью. В каждый блок внесено по 2–4 вопроса, которые планируется задавать пользователям.
- Гайд содержит примеры открытых и закрытых вопросов.

Проведение интервью

Что проверяется:

- Проведены интервью с 3–6 респондентами.
- Ответы внесены в шаблон.

Как выставляется оценка

Оценка за проект выставляется путем складывания баллов, полученных за каждый критерий, указанный выше:

- «Отлично» — 6 баллов;
- «Хорошо» — 4–5 баллов;
- «Удовлетворительно» — 3 балла;
- «Неудовлетворительно» — если по любому из критериев получен 0.

Проект засчитывается или не засчитывается в соответствии с критериями и требованиями к оцениванию. Итоговый зачет по дисциплине выставляется на основании сдачи самостоятельного проекта с обязательным соблюдением в нем указанных критериев. Несданный самостоятельный проект определяется оценкой “незачтено”.

4. Оценочные материалы для проверки остаточных знаний (сформированности компетенций)

- УК-1 – способность осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать стратегию действий;
- УК-2 – способность управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла;

- УК-4 – способность применять современные коммуникативные технологии, в том числе на иностранном языке, для академического и профессионального взаимодействия;
- ОПК-4 – способность применять на практике новые научные принципы и методы исследований;
- ПК-1 – способность управлять портфелем ИТ-продуктов и подразделениями управления ИТ-продуктами.

Остаточные знания по дисциплине можно проверить путем выполнения студентами задания, аналогичного самостоятельному проекту дисциплины.

Пример брифа:

В офисах Omnis продолжается разработка нового продукта — доставки рецептурных препаратов. Чтобы успешно запустить услугу, нужно провести серию продуктовых исследований и лучше узнать своих пользователей.

В рамках четвертой проектной работы Вам предстоит подготовить и провести глубинные интервью с пользователями, которые ранее уже заказывали услугу доставки лекарств.

Цель интервью — получить детальную информацию о потребностях и проблемах пользователей, связанных с использованием подобного продукта.

Вопросы будут направлены на выяснение сложностей, с которыми пользователи сталкиваются в процессе заказа и получения лекарств. Также нужно будет узнать их впечатления и ожидания от подобного сервиса.

Что нужно сделать:

Задание 1. План исследования

Все шаги и инструменты для составления плана глубинного интервью с пользователями описаны в задании и уроках спринта 6 «Введение в продуктовые исследования. Глубинные интервью».

Задание 2. Гайд интервью

Содержит шаблон для интервью-гайда. Он поможет Вам провести исследование, используя заранее подготовленные вопросы и план взаимодействия с пользователями.

Задание 3. Проведение интервью

В этом задании Вам нужно провести интервью. К нему прилагается шаблон, куда нужно вписать ответы респондентов и структурировать их для дальнейшего анализа.

Информация о разработчиках

Спасская Ксения Максимовна, разработчик трека «Продакт-менеджмент», руководитель продуктового кластера и продуктовый ментор

