

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

Филологический факультет

УТВЕРЖДЕНО:
Декан
И.В. Тубалова

Рабочая программа дисциплины

Бизнес-моделирование и управление продуктами

по направлению подготовки

42.04.03 Издательское дело

Направленность (профиль) подготовки:
Управление контентом и медиапроектами

Форма обучения
Очная

Квалификация
Контент-продюсер – медиаменеджер

Год приема
2025

СОГЛАСОВАНО:
Руководитель ОП
И.Ф. Гнусова

Председатель УМК
Ю.А. Тихомирова

Томск – 2025

1. Цель и планируемые результаты освоения дисциплины (модуля)

Целью освоения дисциплины является формирование следующих компетенций:

БК-1 Способен действовать самостоятельно в условиях неопределенности при решении профессиональных задач и брать на себя ответственность за последствия принятых решений.

ПК-2 Способен организовывать и контролировать подготовку, выпуск и продвижение медиапродукта с выполнением базовых принципов, норм и правил, технических условий проектной деятельности и управления ею в медиасфере.

Результатами освоения дисциплины являются следующие индикаторы достижения компетенций:

РОБК- 1.2 Умеет принимать наиболее эффективные решения в условиях ограничения информации и ресурсов;

лично решать проблемы вместе с командой, которые возникли в результате принятых решений;

прогнозировать варианты развития событий, предлагать методы уменьшения неопределенности в зависимости от ситуации и допустимых ресурсов

РОБК-1.1 Знает основы принятия решений в условиях неопределенности

РОПК-2.1 Знает сущностные характеристики медиапродуктов разных видов, жанров, стилей и форматов, а также нормативные и технологические требования к их подготовке к выпуску и производству;

базовые принципы, нормы и правила, технические условия проектной (включая командную) деятельности и управления ею в медиасфере;

основы организации и контроля подготовки и выпуска медиапродукта, а также его продвижения на рынок

РОПК-2.2 Умеет управлять медиапроектами разных видов, жанров, стилей и форматов, с учетом их сущностных характеристик, нормативных и технологических требований к их подготовке к выпуску и производству, а также базовых принципов, норм и правил, технических условий проектной (включая командную) деятельности и управления ею в медиасфере;

организовывать подготовку, выпуск и продвижение медиапродуктов на рынок; контролировать подготовку, выпуск и качество медиапродукта, а также эффективность его продвижения на рынок

2. Задачи освоения дисциплины

– сформировать представление о ключевых этапах и цикле управления продуктом в медиаиндустрии, методах оценивания бизнес-идей и выведения новых медиапродуктов на рынок;

– освоить умение находить и систематизировать необходимый минимум информации для снижения неопределенности и принятия взвешенных системных бизнес-решений;

– овладеть навыками построения работы на основе продуктового подхода;

– овладеть навыками управления по данным, бизнес-моделирования и проверки бизнес-гипотез в условиях нехватки ресурсов.

3. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина относится к Блоку 1 «Дисциплины (модули)».

Дисциплина относится к части образовательной программы, формируемой участниками образовательных отношений, является обязательной для изучения.

Дисциплина входит в модуль «Управление медиапроектами».

4. Семестр(ы) освоения и форма(ы) промежуточной аттестации по дисциплине

Второй семестр, экзамен.

5. Входные требования для освоения дисциплины

Для успешного освоения дисциплины требуются компетенции, сформированные в ходе освоения образовательных программ предшествующего уровня образования.

Для успешного освоения дисциплины требуются результаты обучения по следующим дисциплинам:

- Основы эффективной коммуникации
- Технологии создания разных видов вербального текста
- Виды и проектирование визуального контента

6. Язык реализации

Русский

7. Объем дисциплины (модуля)

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 з.е., 108 часов, из которых:

- лекции: 8 ч.;
- практические занятия: 18 ч.

в том числе практическая подготовка: 18 ч.

Объем самостоятельной работы студента определен учебным планом.

8. Содержание дисциплины (модуля), структурированное по темам

Тема 1. Введение в продуктовый менеджмент

Занятие 1. Введение. Что такое продукт и как им управлять?

Тема 2. Процессы Discovery

Занятие 2. Введение в Discovery. Исследования рынка.

Занятие 3. Практика по исследованию рынка

Занятие 4. Анализ целевой аудитории и сегментация

Занятие 5. Как понять, какую ценность несёт продукт

Занятие 6. Практика в группах по JTBD в формате онлайн-воркшопа

Занятие 7. Картрирование пользовательского опыта

Тема 3. Прототипирование и разработка

Занятие 8. MVP и приоритизация

Занятие 9. Дизайн и прототипирование

Занятие 10. Воркшоп по прототипированию. Создаем user story и user flow

Занятие 11. Основы проектного управления. Методологии разработки.

Тема 4. Продуктовый маркетинг и growth-strategy

Занятие 12. Продуктовый маркетинг.

Занятие 13. Поиск точек роста в продукте

9. Текущий контроль по дисциплине

Текущий контроль по дисциплине осуществляется путем контроля посещаемости, проведения контрольных работ, тестов по лекционному материалу, решения бизнес-кейсов, проведения игр по темам, выполнения домашних заданий, защиты курсового проекта в формате презентации и фиксируется в форме контрольной точки не менее одного раза в семестр.

Оценочные материалы текущего контроля размещены на сайте ТГУ в разделе «Информация об образовательной программе» – <https://www.tsu.ru/sveden/education/eduop/>.

10. Порядок проведения и критерии оценивания промежуточной аттестации

Экзамен во втором семестре проводится в формате защиты курсового проекта по итогам работ, выполненных студентами в течение семестра. Продолжительность выступления не более 20 минут на одну презентацию.

Оценочные материалы для проведения промежуточной аттестации размещены на сайте ТГУ в разделе «Информация об образовательной программе» – <https://www.tsu.ru/sveden/education/eduop/>.

11. Учебно-методическое обеспечение

а) Электронный учебный курс по дисциплине в электронном университете «LMS IDO» – <https://lms.tsu.ru/course/view.php?id=34984>

б) Оценочные материалы текущего контроля и промежуточной аттестации по дисциплине (<https://www.tsu.ru/sveden/education/eduop/>).

в) План практических занятий по дисциплине.

г) Методические указания по организации самостоятельной работы студентов.

12. Перечень учебной литературы и ресурсов сети Интернет

а) основная литература:

– Р.Фитцпатрик - Спроси маму: Как общаться с клиентами и подтвердить правоту своей бизнес-идеи, если все вокруг врут – М., Альпина Паблишер, 2017. <https://hse.alpinadigital.ru/book/12380>

– Чернышева, А. М. Управление продуктом : учебник и практикум для вузов / А. М. Чернышева, Т. Н. Якубова. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 373 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-01486-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/511383> (дата обращения: 28.08.2023).

– Как подготовить и провести глубинное интервью. Гайд и шаблоны для JTBD-исследования. <https://gopractice.ru/product/jtbd-interview/>

– Jobs to Be Done: почему важно знать, какую именно задачу хотят решить ваши пользователи. <https://gopractice.ru/stories/jtbd-christensen/>

б) дополнительная литература:

– Иван Замесин. Основы Jobs To Be Done, сегментации и создания ценности. <https://zamesin.ru/producthowto/free-lecture/>

– What is the JTBD Canvas 2.0? <https://www.jtbdtoolkit.com/jtbd-canvas>

– Продакт-менеджер: об обязанностях, функционале и компетенциях в профессии product manager. <https://marketing.hse.ru/blog/prodakt-menedzher-obyazannosti-funktional-i-kompetencii/>

– Жизненный цикл разработки ПО: гайд для продакт-менеджеров. <https://gopractice.ru/skills/software-development-lifecycle-for-pms/>

– Иван Замесин. Riskiest Assumption Test. <https://zamesin.ru/books/product-howto/riskiest-assumption-test/>

– Иван Замесин. ABCDX-сегментация. <https://zamesin.ru/books/product-howto/abcdx-segmentation/>

– Top 10 (MVP) Minimum Viable Product Examples <https://www.fabbit.com/fab/top-mvp-examples/>

- Как планировать развитие компании с помощью бизнес-модели Остервальдера. <https://kdelu.vtb.ru/articles/kak-planirovat-razvitie-kompanii-s-pomoshhyu-biznes-modeli-ostervaldera/>
- Алексей Иванов. Кто такой продуктовый дизайнер, что он делает и как с ним взаимодействовать? <https://sense23.com/prodakt-otvechaet/kto-takoj-produktovyj-dizajner-ctho-on-delaet-i-kak-s-nim-vzaimodejstvovat>
- Дмитрий Кустов. Иван Абрамов. Impact Mapping — инструкция по применению. <https://scrumtrek.ru/blog/product-management/3326/impact-mapping-guide/>
- Как создать идеальную дорожную карту продукта и что для этого нужно? <https://habr.com/ru/companies/hygger/articles/352294/>
- Product/market fit. Что это такое? Как его измерить с помощью метрик? <https://gopractice.ru/product/product-market-fit/>
- Алгоритм выбора метрик для Product / Market Fit. https://productframework.ru/product_market_fit
- Джим Калбах. Путь клиента. – М., Миф, 2021.
- Software Development Lifecycle. <https://courses.cs.washington.edu/courses/cse403/11wi/lectures/20110105%20Software%20Development%20Lifecycle.pdf>
- Как принимать решения, когда ничего не понятно. <https://practicum.yandex.ru/blog/kak-prinimat-resheniya-v-usloviyah-neopredelennosti/>
- Прототипирование. <https://redmadrobot.ru/konsalting/prototipirovaniye-chto-eto-i-kak-pomogaet-sokrashhat-izderzhki-biznesa>
- Что такое Jobs to Be Done и как его применять: руководство от соавтора фреймворка Боба Моэсты. <https://gopractice.ru/product/jobs-to-be-done-bob-moesta-podcast/>

13. Перечень информационных технологий

- а) лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение:
 - Microsoft Office Standart 2013 Russian: пакет программ. Включает приложения: MS Office Word, MS Office Excel, MS Office PowerPoint, MS Office On-eNote, MS Office Publisher, MS Outlook, MS Office Web Apps (Word Excel MS PowerPoint Outlook);
 - публично доступные облачные технологии (Google Docs, Яндекс диск и т.п.).
- б) информационные справочные системы:
 - Электронный каталог Научной библиотеки ТГУ – <http://chamo.lib.tsu.ru/search/query?locale=ru&theme=system>
 - Электронная библиотека (репозиторий) ТГУ – <http://vital.lib.tsu.ru/vital/access/manager/Index>
 - ЭБС Лань – <http://e.lanbook.com/>
 - ЭБС Консультант студента – <http://www.studentlibrary.ru/>
 - Образовательная платформа Юрайт – <https://urait.ru/>
 - ЭБС ZNANIUM.com – <https://znanium.com/>
 - ЭБС IPRbooks – <http://www.iprbookshop.ru/>

14. Материально-техническое обеспечение

Занятия по учебной дисциплине проводятся с использованием дистанционных образовательных технологий. Каждый обучающийся обеспечен доступом к образовательной платформе <https://lms.tsu.ru/>.

15. Информация о разработчиках

Землянская Евгения Александровна, продуктовый маркетолог компании Rubius.