

Документ подписан простой электронной подписью  
Информация о владельце:  
ФИО: Трофимов Евгений Николаевич  
Должность: Ректор  
Дата подписания: 02.07.2026 09:36:59  
Уникальный идентификатор документа:  
с379adf0ad4f91cbbf100b7fc3323cc41cc52545



Образовательное частное учреждение высшего образования  
**«Российская международная академия туризма»**

Факультет менеджмента туризма  
Кафедра менеджмента и экономики

Принято Ученым Советом  
18 февраля 2026 г.  
Протокол № 02-06-01

УТВЕРЖДАЮ  
Первый проректор  
В.Ю. Питюков  
16 февраля 2026 г.

## РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

### «Управление продуктами»

по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент  
профиль – «Управление бизнесом и логистика»  
квалификация (степень) выпускника – бакалавр  
**Б1.УОО.ДВ.06.01**

Рассмотрено и одобрено  
на заседании кафедры  
Протокол № 5 от 21 января 2026  
г.

Разработчик: Степуренко  
О.А., ст. преподаватель  
кафедры менеджмента и  
экономики

## 1. Цели и задачи дисциплины

**Цель дисциплины** – формирование у обучающихся компетенций ПК-5 средствами дисциплины «Управление продуктами».

Для реализации поставленной цели в процессе преподавания дисциплины решаются следующие **задачи**:

- формирование системных знаний о методах оценки экономической эффективности бизнес-моделей, управлении жизненным циклом продукта и применении метрик unit-экономики для анализа прибыльности продуктов в логистической сфере;
- формирование умений и навыков расчета ключевых показателей unit-экономики, таких как юнит-экономика, LTV, САС, маржинальность, и использования их для обоснования управленческих решений по масштабированию логистических продуктов и сервисов;
- формирование способности анализировать жизненный цикл продукта, выявлять точки оптимизации и разрабатывать рекомендации по масштабированию успешных логистических решений на основе данных unit-экономики и оценки эффективности бизнес-моделей.

## 2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций, представленных в компетентностной карте дисциплины в соответствии с ФГОС ВО, компетентностной моделью выпускника, определенной вузом и представленной в ОПОП, и содержания дисциплины (модуля):

В результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции:

ПК-5 Способен оценивать экономическую эффективность бизнес – моделей, управлять жизненным циклом продукта и обосновывать управленческие решения по его масштабированию на основе метрик unit экономики.

Категория компетенций	Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Результаты обучения
<i>Организационно-управленческая</i>	<b>ПК-5.</b> Способен оценивать экономическую эффективность бизнес – моделей, управлять жизненным циклом продукта и обосновывать управленческие решения по его масштабированию на основе метрик unit экономики	ПК-5.1. Проводит анализ стадий жизненного цикла продукта (услуги) и формирует ценностное предложение для целевых сегментов клиентов. ПК-5.2. Осуществляет расчет ключевых показателей юнит-экономики (Unit Economics) для определения маржинальности	<b>Знать:</b> Концепцию жизненного цикла товара/услуги и специфику управления продуктом на каждой стадии (запуск, рост, зрелость, спад); Основные формулы и метрики юнит-экономики; Методологии проверки гипотез (HADI-циклы) и основы CustDev (Customer

		<p>одной единицы продаж/клиента.  ПК-5.3.  Разрабатывает рекомендации по оптимизации воронки продаж и принимает обоснованные решения о масштабировании каналов сбыта или корректировке бизнес-модели.</p>	<p>Development) для выявления потребностей клиентов;  Инструменты принятия решений о масштабировании (точка безубыточности, ROI маркетинговых каналов).  <b>Уметь:</b>  Определять, что является «юнитом» (единицей масштабирования) в различных бизнес-моделях (в т.ч. в логистике);  Рассчитывать сходимость юнит-экономики:  определять, прибылен ли один клиент или сделка с учетом всех затрат на маркетинг и операционные составляющие;  Строить конверсионные цепочки, находя «узкие места»;  Формулировать продуктовые гипотезы по снижению затрат или повышению ценности.  <b>Владеть:</b>  Навыками построения финансовой модели юнит-экономики в табличных процессорах (Excel,) Инструментами когортного анализа для оценки удержания клиентов и их поведения во времени;</p>
--	--	---	--

			Методиками приоритизации задач по развитию продукта/услуги (фреймворки RICE, ICE); Навыками обоснования инвестиций в масштабирование каналов привлечения клиентов на основе метрики ROI/ROMI.
--	--	--	--

### 3. Место дисциплины в структуре ОПОП и этапы формирования компетенций

Дисциплина «Управление продуктами» относится к дисциплинам обязательной части учебного плана и изучается в 6 семестре на очной форме обучения.

### 4. Объем дисциплины и виды учебной работы

#### 4.1. Очная форма обучения

Вид учебной работы	Всего часов	Семестр
		6
<b>Контактная работа обучающихся с преподавателем, в том числе:</b>	50	50
занятия лекционного типа (ЗЛТ)	16	16
лабораторные работы (ЗСТ (ЛР))		
практические занятия (ЗСТ ПР)	30	30
групповые консультации, и (или) индивидуальную работу обучающихся с педагогическими работниками организации и (или) лицами, привлекаемыми организацией к реализации образовательных программ на иных условиях (в том числе индивидуальные консультации) (ГК)	2	2
групповые консультации по подготовке курсового проекта (работы)		
контактная работа при проведении промежуточной аттестации (в том числе при оценивании результатов курсового проектирования (выполнения курсовых работ) (ПА конт)	2	2
<b>Самостоятельная работа обучающегося (СРО), в том числе</b>	130	130
СРуз -самостоятельная работа обучающегося при подготовке к учебным занятиям и курсовым проектам (работам)	96	96
СРпа -самостоятельная работа обучающегося при подготовке к промежуточной аттестации	34	34
<b>Форма промежуточной аттестации (экзамен)</b>	Экзамен	
<b>Общая трудоемкость дисциплины: часы</b>	180	180
<b>зачетные единицы</b>	5	5

## 5. Содержание дисциплины

### 5.1. Содержание разделов дисциплины

№ п/п	Разделы дисциплины	Содержание раздела
1	Тема 1. Основы управления продуктами: понятие, этапы жизненного цикла, бизнес-модели.	Понятие продукта в широком смысле товар, услуга, цифровой сервис, логистическое решение. Отличие управления продуктом от управления проектом и портфелем продуктов. Жизненный цикл продукта: этапы выведение на рынок, рост, зрелость, спад. Стратегии управления на каждом этапе жизненного цикла. Бизнес-модель как способ создания и захвата ценности. Классические бизнес-модели производитель, дистрибьютор, маркетплейс, подписка, freemium. Особенности бизнес-моделей в логистике: 3PL, 4PL, фулфилмент по модели Fulfilled by Amazon, логистика как сервис Logistics as a Service. Методы оценки экономической эффективности бизнес-моделей: анализ безубыточности, расчет маржинальности, рентабельность инвестиций ROI. Ключевые метрики продукта: выручка, прибыль, доля рынка, удержание клиентов. Примеры успешных и неудачных бизнес-моделей в логистической отрасли.
2	Тема 2. Unit-экономика как инструмент оценки эффективности продукта.	Понятие unit-экономики, юнит как единица анализа клиент, заказ, доставка, транзакция. Отличие unit-экономики от традиционного финансового анализа. Основные метрики unit-экономики: LTV Lifetime Value пожизненная ценность клиента, САС Customer Acquisition Cost стоимость привлечения клиента, ARPU Average Revenue Per User средняя выручка на пользователя, средний чек, маржинальность юнита. Расчет LTV для логистических продуктов: с учетом частоты заказов, среднего чека, срока удержания. Расчет САС: затраты на маркетинг, продажи, акции, разделенные на количество привлеченных клиентов. Показатель юнит-экономики на единицу: выручка на единицу минус переменные затраты на единицу. Когортный анализ для отслеживания изменения LTV и удержания во времени. Единичная экономика для логистических продуктов: стоимость доставки одного заказа, стоимость обработки одного килограмма груза. Использование unit-экономики для принятия решений о масштабировании: при каких значениях LTV/САС продукт масштабируем. Критерии здоровой unit-экономики: соотношение LTV к САС не менее 3 к 1, срок окупаемости САС менее 12 месяцев.
3	Тема 3. Управление жизненным циклом продукта и метрики роста.	Этапы жизненного цикла продукта подробно: запуск, рост, зрелость, упадок. Особенности управления продуктом на каждом этапе. Метрики для каждого этапа: на этапе запуска – время выхода на рынок, первые продажи, отзывы; на этапе роста – темпы роста, доля рынка, удержание; на этапе зрелости – прибыльность, лояльность, доля повторных покупок; на этапе упадка – снижение выручки, отток клиентов. Стратегии продления жизненного цикла: модификация продукта, расширение аудитории, поиск новых рынков, снижение цены.

		<p>Метрики роста продукта: MRR Monthly Recurring Revenue для подписочных моделей, Churn Rate процент оттока, Net Revenue Retention удержание выручки. Пирамида метрик Дэйва МакКлюра: привлечение, активация, удержание, выручка, рекомендации. Построение воронки конверсии для логистического продукта: от визита на сайт до первого заказа и повторного заказа. A/B тестирование для улучшения метрик роста. Кейсы управления жизненным циклом логистических продуктов.</p>
4	<p>Тема 4. Оценка экономической эффективности бизнес-моделей и масштабирование продукта.</p>	<p>Методы оценки экономической эффективности бизнес-моделей: расчет юнит-экономики, анализ безубыточности, дисконтированные денежные потоки DCF, сравнение с альтернативами. Оценка эффективности при масштабировании: эффект масштаба, постоянные и переменные затраты, точка безубыточности при увеличении объемов. Масштабирование продукта: горизонтальное расширение на новые рынки или сегменты, вертикальное углубление в смежные услуги. Критерии готовности продукта к масштабированию: положительная unit-экономика, воспроизводимость бизнес-модели, наличие спроса на новых рынках. Риски масштабирования: потеря качества, рост SAC, сложности операционного управления. Финансовое моделирование при масштабировании: прогноз выручки, затрат, потребности в инвестициях. Использование метрик LTV, SAC, маржинальности для определения масштаба и скорости расширения. Кейсы масштабирования логистических продуктов: экспресс-доставка, фулфилмент для e-commerce, логистические маркетплейсы. Оценка эффективности масштабирования на основе unit-экономики: как меняются показатели при увеличении количества заказов в 10 раз.</p>
5	<p>Тема 5. Обоснование управленческих решений по развитию и масштабированию продукта на основе данных.</p>	<p>Роль данных в принятии решений по управлению продуктом. Источники данных: CRM, ERP, системы веб-аналитики, логистические информационные системы. Построение дашбордов для мониторинга ключевых метрик продукта. Анализ эффективности продукта с использованием unit-экономики: расчет LTV, SAC, маржинальности в разрезе сегментов клиентов, каналов привлечения, типов доставки. Принятие решений о ценообразовании на основе unit-экономики: определение минимальной цены юнита, оптимизация скидок. Решения об удержании клиентов: когда выгоднее инвестировать в удержание, а не в привлечение. Решения о прекращении продукта или его модификации: пороговые значения метрик. Обоснование инвестиций в масштабирование: прогноз окупаемости, расчет ROI, анализ чувствительности. Применение A/B тестирования для проверки гипотез: изменение цены, условий доставки, интерфейса. Кейсы управленческих решений на основе unit-экономики в логистических и продуктовых компаниях. Построение презентации для стейкхолдеров с обоснованием масштабирования продукта.</p>

## 5.2. Разделы дисциплины и виды занятий, коды формулируемых компетенций

### 5.2.1. Очная форма обучения

Наименование разделов и тем дисциплины	Формируемая компетенция	Всего часов	Контактная работа с обучающимися (час.)				СРО	
			Итого	в том числе				
				ЗЛТ	ЗСТ (ЛР)	ЗСТ (ПР)		ГК (ПА)
<b>Разделы дисциплины и наименование тем</b>								
1. Основы управления продуктами: понятие, этапы жизненного цикла, бизнес-модели.	ПК-5	33	11	3		8	22	
2. Unit-экономика как инструмент оценки эффективности продукта.	ПК-5	24	6	3		3	18	
3. Управление жизненным циклом продукта и метрики роста.	ПК-5	27	9	3		6	18	
4. Оценка экономической эффективности бизнес-моделей и масштабирование продукта.	ПК-5	30	12	4		8	18	
5. Обоснование управленческих решений по развитию и масштабированию продукта на основе данных.	ПК-5	26	8	3		5	18	
Групповые консультации, и (или) индивидуальная работа обучающихся с педагогическими работниками организации и (или) лицами, привлекаемыми организацией к реализации образовательных программ на иных условиях (в том числе индивидуальные консультации) (ГК)	ПК-5	20	2				2	18
<b>Форма промежуточной аттестации (экзамен)</b>	ПК-5	20	2				2	18
<b>Всего часов</b>		<b>180</b>	<b>50</b>	<b>16</b>		<b>30</b>	<b>4</b>	<b>130</b>

### 6. Контактная и самостоятельная работа обучающихся

Контактная работа при проведении учебных занятий по дисциплинам (модулям) включает в себя: занятия лекционного типа (лекции и иные учебные занятия, предусматривающие преимущественную передачу учебной информации педагогическими работниками РМАТ и (или) лицами, привлекаемыми РМАТ к реализации образовательных программ на иных условиях, обучающимся) и (или) занятия семинарского типа (семинары, практические занятия, практикумы, лабораторные работы, коллоквиумы и иные аналогичные занятия), и (или) групповые консультации, и (или) индивидуальную работу обучающихся с педагогическими работниками РМАТ и (или) лицами, привлекаемыми РМАТ к реализации образовательных программ на иных условиях (в том числе индивидуальные консультации).

Занятия лекционного типа проводятся в соответствии с объемом и содержанием, представленным в таблице раздела 5.

При проведении учебных занятий по дисциплине обеспечивается развитие у обучающихся навыков командной работы, межличностной коммуникации, принятия решений, лидерских качеств (включая при необходимости проведение интерактивных

лекций, групповых дискуссий, ролевых игр, тренингов, анализ ситуаций и имитационных моделей, содержание дисциплины (модуля) составлено на основе результатов научных исследований, проводимых РМАТ, в том числе с учетом региональных особенностей профессиональной деятельности выпускников и потребностей работодателей).

### **6.1. Занятия семинарского типа (семинары, практические занятия, практикумы, лабораторные работы, коллоквиумы и др.)**

#### **Тема 1. Основы управления продуктами: понятие, этапы жизненного цикла, бизнес-модели.**

**Цель занятия:** формирование у обучающихся системного понимания основ управления продуктами, этапов жизненного цикла и типов бизнес-моделей для последующей оценки экономической эффективности логистических продуктов.

##### **Компетенции:**

**ПК-5** Способен оценивать экономическую эффективность бизнес – моделей, управлять жизненным циклом продукта и обосновывать управленческие решения по его масштабированию на основе метрик unit экономики.

**Тип занятия** практическое занятие

**Форма проведения** групповые дискуссии, доклад, практическое задание

**1. Дискуссия. Основная тема (либо проблема) для обсуждения:** Выбор бизнес-модели для логистического продукта влияние на unit-экономику и масштабируемость на примере доставки последней мили.

##### **2. Доклад**

Темы для доклада

1. Эволюция управления продуктами от классического маркетинга к современному product management;
2. Сравнительный анализ этапов жизненного цикла продукта выведение на рынок, рост, зрелость, спад;
3. Стратегии управления продуктом на каждом этапе жизненного цикла в логистической отрасли;
4. Бизнес-модели в логистике 3PL, 4PL, фулфилмент по модели FBA, логистика как сервис;
5. Методы оценки экономической эффективности бизнес-моделей анализ безубыточности, маржинальность, ROI;
6. Ключевые метрики продукта выручка, прибыль, доля рынка, удержание клиентов;
7. Примеры успешных и неудачных бизнес-моделей в логистической отрасли.

**3. Практическое задание** с целью формирования навыков анализа жизненного цикла и бизнес-модели логистического продукта обучающимся предлагается описание стартапа, предлагающего сервис автоматизированной доставки для малого бизнеса. Необходимо определить текущий этап жизненного цикла продукта, предложить стратегию управления на следующих двух этапах, описать бизнес-модель компании, рассчитать точку безубыточности и оценить потенциальную рентабельность инвестиций.

#### **Тема 2. Unit-экономика как инструмент оценки эффективности продукта.**

**Цель занятия:** формирование у обучающихся способности рассчитывать и интерпретировать ключевые метрики unit-экономики LTV, CAC, ARPU, средний чек, маржинальность для оценки эффективности логистических продуктов.

##### **Компетенции:**

**ПК-5** Способен оценивать экономическую эффективность бизнес – моделей, управлять жизненным циклом продукта и обосновывать управленческие решения по его масштабированию на основе метрик unit экономики.

**Тип занятия** практическое занятие.

**Форма проведения** групповые дискуссии, презентация.

**1. Дискуссия. Основная тема (либо проблема) для обсуждения:** Unit-экономика как панацея или лишь один из инструментов для принятия решений в продукте: границы применимости и типичные ошибки интерпретации.

## **2. Презентация**

Темы для презентаций

1. Понятие unit-экономики и юнит как единица анализа клиент, заказ, доставка, транзакция;
2. Отличие unit-экономики от традиционного финансового анализа;
3. Расчет LTV для логистических продуктов с учетом частоты заказов, среднего чека, срока удержания;
4. Расчет SAC стоимость привлечения клиента и ее составляющие маркетинг, продажи, акции;
5. Показатель юнит-экономики на единицу выручка минус переменные затраты;
6. Когортный анализ для отслеживания изменения LTV и удержания во времени;
7. Критерии здоровой unit-экономики соотношение LTV к SAC не менее 3 к 1, срок окупаемости SAC.

## **Тема 3. Управление жизненным циклом продукта и метрики роста.**

**Цель занятия:** формирование у обучающихся способности использовать метрики роста и методы управления продуктом на разных этапах жизненного цикла для максимизации ценности продукта.

### **Компетенции:**

**ПК-5** Способен оценивать экономическую эффективность бизнес – моделей, управлять жизненным циклом продукта и обосновывать управленческие решения по его масштабированию на основе метрик unit экономики.

**Тип занятия** практическое занятие

**Форма проведения** групповые дискуссии, доклад.

**1. Дискуссия. Основная тема (либо проблема) для обсуждения:** Какие метрики роста наиболее важны для логистического продукта с подписочной моделью против транзакционной модели доставки.

## **2. Доклад**

Темы для доклада

1. Детальный анализ этапов жизненного цикла продукта запуск, рост, зрелость, упадок;
2. Особенности управления продуктом на этапе запуска время выхода, первые продажи, отзывы;
3. Управление продуктом на этапе роста темпы роста, доля рынка, удержание клиентов;
4. Стратегии на этапе зрелости и упадка модификация продукта, расширение аудитории, снижение цены;
5. Метрики роста MRR, Churn Rate, Net Revenue Retention, их расчет и интерпретация;
6. Пирамида метрик Дэйва МакКлюра привлечение, активация, удержание, выручка, рекомендации;
7. A/B тестирование для улучшения метрик роста на примере логистического продукта.

## **Тема 4. Оценка экономической эффективности бизнес-моделей и масштабирование продукта.**

**Цель занятия:** формирование у обучающихся способности оценивать экономическую эффективность бизнес-моделей, определять готовность продукта к

масштабированию и прогнозировать результаты масштабирования на основе unit-экономики.

**Компетенции:**

**ПК-5** Способен оценивать экономическую эффективность бизнес – моделей, управлять жизненным циклом продукта и обосновывать управленческие решения по его масштабированию на основе метрик unit экономики.

**Тип занятия** практическое занятие

**Форма проведения** групповые дискуссии, доклад, практическое задание

**1. Дискуссия. Основная тема (либо проблема) для обсуждения:** Когда масштабирование логистического продукта убивает unit-экономику анализ эффекта масштаба и анти-масштаба в доставке последней мили и складских операциях.

**2. Доклад**

Темы для доклада

1. Методы оценки экономической эффективности бизнес-моделей юнит-экономика, анализ безубыточности, DCF;
2. Оценка эффективности при масштабировании эффект масштаба, постоянные и переменные затраты;
3. Горизонтальное масштабирование расширение на новые рынки или сегменты;
4. Вертикальное масштабирование углубление в смежные услуги;
5. Критерии готовности продукта к масштабированию положительная unit-экономика, воспроизводимость, спрос;
6. Риски масштабирования потеря качества, рост САС, операционные сложности;
7. Финансовое моделирование при масштабировании прогноз выручки, затрат, потребности в инвестициях.

**3. Практическое задание** с целью формирования навыков оценки готовности продукта к масштабированию и построения финансовой модели обучающимся предлагаются данные о логистическом продукте с положительной unit-экономикой в одном городе. Необходимо оценить, можно ли масштабировать продукт на три новых города, рассчитать прогнозные выручку и затраты на первые 12 месяцев, определить потребность в инвестициях, рассчитать ROI и срок окупаемости. Выявить ключевые риски масштабирования и предложить меры по их снижению.

**Тема 5. Обоснование управленческих решений по развитию и масштабированию продукта на основе данных.**

**Цель занятия:** формирование у обучающихся способности принимать обоснованные управленческие решения по развитию, ценообразованию, удержанию и масштабированию продукта на основе анализа unit-экономики и других данных.

**Компетенции:**

**ПК-5** Способен оценивать экономическую эффективность бизнес – моделей, управлять жизненным циклом продукта и обосновывать управленческие решения по его масштабированию на основе метрик unit экономики.

**Тип занятия** практическое занятие

**Форма проведения** групповые дискуссии, презентация

**1. Дискуссия. Основная тема (либо проблема) для обсуждения:** Как принимать решения о масштабировании продукта, когда данные неполны или противоречивы – сочетание количественного анализа и экспертной оценки в управлении продуктами.

**1. Презентация**

Темы для презентации

1. Роль данных в принятии решений по управлению продуктом источники данных CRM, ERP, веб-аналитика;

2. Построение дашбордов для мониторинга ключевых метрик продукта в реальном времени;
3. Анализ эффективности продукта в разрезе сегментов клиентов, каналов привлечения, типов доставки;
4. Принятие решений о ценообразовании на основе unit-экономики минимальная цена, оптимизация скидок;
5. Решения об удержании клиентов, когда выгоднее инвестировать в удержание, а не в привлечение;
6. Решения о прекращении продукта или его модификации пороговые значения метрик;
7. Обоснование инвестиций в масштабирование прогноз окупаемости, анализ чувствительности, A/B тестирование.

## **6.2. Самостоятельная работа обучающихся**

### **Тема 1. Основы управления продуктами: понятие, этапы жизненного цикла, бизнес-модели.**

**Цель занятия:** формирование у обучающихся системного понимания основ управления продуктами, этапов жизненного цикла и типов бизнес-моделей для последующей оценки экономической эффективности логистических продуктов.

*Вид работы:* изучение литературы по теме, подготовка к семинарскому занятию.

*Вопросы для подготовки к дискуссии:*

1. Эволюция управления продуктами от классического маркетинга к современному product management;
2. Сравнительный анализ этапов жизненного цикла продукта выведение на рынок, рост, зрелость, спад;
3. Стратегии управления продуктом на каждом этапе жизненного цикла в логистической отрасли;
4. Бизнес-модели в логистике 3PL, 4PL, фулфилмент по модели FBA, логистика как сервис;
5. Методы оценки экономической эффективности бизнес-моделей анализ безубыточности, маржинальность, ROI;
6. Ключевые метрики продукта выручка, прибыль, доля рынка, удержание клиентов;
7. Примеры успешных и неудачных бизнес-моделей в логистической отрасли.

*Подготовка к выполнению практического занятия с целью формирования навыков анализа жизненного цикла и бизнес-модели логистического продукта обучающимся предлагается описание стартапа, предлагающего сервис автоматизированной доставки для малого бизнеса. Необходимо определить текущий этап жизненного цикла продукта, предложить стратегию управления на следующих двух этапах, описать бизнес-модель компании, рассчитать точку безубыточности и оценить потенциальную рентабельность инвестиций.*

### **Тема 2. Unit-экономика как инструмент оценки эффективности продукта.**

**Цель занятия:** формирование у обучающихся способности рассчитывать и интерпретировать ключевые метрики unit-экономики LTV, САС, ARPU, средний чек, маржинальность для оценки эффективности логистических продуктов.

*Темы докладов (в форме презентации):*

1. Понятие unit-экономики и юнит как единица анализа клиент, заказ, доставка, транзакция;
2. Отличие unit-экономики от традиционного финансового анализа;

3. Расчет LTV для логистических продуктов с учетом частоты заказов, среднего чека, срока удержания;
4. Расчет CAC стоимость привлечения клиента и ее составляющие маркетинг, продажи, акции;
5. Показатель юнит-экономики на единицу выручка минус переменные затраты;
6. Когортный анализ для отслеживания изменения LTV и удержания во времени;
7. Критерии здоровой unit-экономики соотношение LTV к CAC не менее 3 к 1, срок окупаемости CAC.

### **Тема 3. Управление жизненным циклом продукта и метрики роста.**

**Цель занятия:** формирование у обучающихся способности использовать метрики роста и методы управления продуктом на разных этапах жизненного цикла для максимизации ценности продукта.

*Вид работы:* изучение литературы по теме, подготовка к семинарскому занятию.

*Темы докладов в форме презентации:*

1. Детальный анализ этапов жизненного цикла продукта запуск, рост, зрелость, упадок;
2. Особенности управления продуктом на этапе запуска время выхода, первые продажи, отзывы;
3. Управление продуктом на этапе роста темпы роста, доля рынка, удержание клиентов;
4. Стратегии на этапе зрелости и упадка модификация продукта, расширение аудитории, снижение цены;
5. Метрики роста MRR, Churn Rate, Net Revenue Retention, их расчет и интерпретация;
6. Пирамида метрик Дэйва МакКлюра привлечение, активация, удержание, выручка, рекомендации;
7. A/B тестирование для улучшения метрик роста на примере логистического продукта.

### **Тема 4. Оценка экономической эффективности бизнес-моделей и масштабирование продукта.**

**Цель занятия:** формирование у обучающихся способности оценивать экономическую эффективность бизнес-моделей, определять готовность продукта к масштабированию и прогнозировать результаты масштабирования на основе unit-экономики.

*Вид работы:* изучение литературы по теме, подготовка к семинарскому занятию.

*Вопросы для подготовки к дискуссии:*

1. Методы оценки экономической эффективности бизнес-моделей юнит-экономика, анализ безубыточности, DCF;
2. Оценка эффективности при масштабировании эффект масштаба, постоянные и переменные затраты;
3. Горизонтальное масштабирование расширение на новые рынки или сегменты;
4. Вертикальное масштабирование углубление в смежные услуги;
5. Критерии готовности продукта к масштабированию положительная unit-экономика, воспроизводимость, спрос;
6. Риски масштабирования потеря качества, рост CAC, операционные сложности;
7. Финансовое моделирование при масштабировании прогноз выручки, затрат, потребности в инвестициях.

*Подготовка к выполнению практического занятия с целью формирования навыков оценки готовности продукта к масштабированию и построения финансовой модели обучающимся предлагаются данные о логистическом продукте с положительной unit-экономикой в одном городе. Необходимо оценить, можно ли масштабировать продукт на три новых города, рассчитать прогнозные выручку и затраты на первые 12 месяцев,*

определить потребность в инвестициях, рассчитать ROI и срок окупаемости. Выявить ключевые риски масштабирования и предложить меры по их снижению.

### **Тема 5. Обоснование управленческих решений по развитию и масштабированию продукта на основе данных.**

**Цель занятия:** формирование у обучающихся способности принимать обоснованные управленческие решения по развитию, ценообразованию, удержанию и масштабированию продукта на основе анализа unit-экономики и других данных.

*Вид работы:* изучение литературы по теме, подготовка к семинарскому занятию.

*Темы докладов в форме презентации:*

1. Роль данных в принятии решений по управлению продуктом источники данных CRM, ERP, веб-аналитика;
2. Построение дашбордов для мониторинга ключевых метрик продукта в реальном времени;
3. Анализ эффективности продукта в разрезе сегментов клиентов, каналов привлечения, типов доставки;
4. Принятие решений о ценообразовании на основе unit-экономики минимальная цена, оптимизация скидок;
5. Решения об удержании клиентов, когда выгоднее инвестировать в удержание, а не в привлечение;
6. Решения о прекращении продукта или его модификации пороговые значения метрик;
7. Обоснование инвестиций в масштабирование прогноз окупаемости, анализ чувствительности, A/B тестирование.

### **6.3. Методические рекомендации по самостоятельной работе обучающихся и подготовке к промежуточной аттестации**

Методические рекомендации по самостоятельной работе составлены с целью оптимизации процесса освоения обучающимися учебного материала.

Самостоятельная работа обучающегося направлена на углубленное изучение разделов и тем рабочей программы и предполагает изучение литературных источников, выполнение домашних заданий и контрольных работ, проведение исследований разного характера. Работа основывается на анализе материалов, публикуемых в интернете, а также реальных фактов, личных наблюдений.

Самостоятельная работа обучающегося над усвоением материала по дисциплине может выполняться в читальном зале РМАТ, специально отведенных для самостоятельной работы помещениях, посредством использования электронной библиотеки и ЭИОС РМАТ.

Содержание и количество самостоятельной работы обучающегося определяется учебным планом, методическими материалами и указаниями преподавателя.

Также самостоятельная работа включает подготовку и анализ материалов по темам пропущенных занятий.

Самостоятельная работа во внеаудиторное время включает:

- 1) работу с лекционным материалом, предусматривающая проработку конспекта лекций;
- 2) изучение учебной и научной литературы;
- 3) поиск (подбор) и обзор литературы, электронных источников информации по индивидуально заданной проблеме курса, написание доклада, исследовательской работы по заданной проблеме;
- 4) выполнение задания по пропущенной или плохо усвоенной теме;
- 5) подготовку к практическим занятиям;
- 6) подготовка к промежуточной аттестации.

В зависимости от выбранных видов самостоятельной работы студенты самостоятельно планируют время на их выполнение. Предлагается равномерно распределить изучение тем учебной дисциплины.

## **7. Фонд оценочных средств**

Фонд оценочных средств по дисциплине разработан в соответствии с Методическими рекомендациями и является составной частью ОПОП.

## **8. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины**

### **8.1. Основная литература:**

1. Чернышева, А. М. Управление продуктом : учебник и практикум для вузов / А. М. Чернышева, Т. Н. Якубова. — Москва : Издательство Юрайт, 2026. — 368 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-16619-4. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/583364>

2. Чернышева, А. М. Управление продуктовой политикой : учебник и практикум для вузов / А. М. Чернышева, Т. Н. Якубова. — Москва : Издательство Юрайт, 2026. — 182 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-16620-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/583846>

3. Фомичев, В. И. Управление качеством и конкурентоспособностью : учебник для вузов / В. И. Фомичев. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 229 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-19217-9. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/566677>

### **8.2. Дополнительная литература:**

1. Управление программными проектами : учебник для вузов / под редакцией Р. Ф. Маликова. — Москва : Издательство Юрайт, 2026. — 167 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14329-4. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/588424>

2. Спиридонова, Е. А. Управление инновациями : учебник и практикум для вузов / Е. А. Спиридонова. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 314 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-17890-6. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/564670>

3. Бузукова, Е. А. Управление ассортиментом и основы категорийного менеджмента : учебник для среднего профессионального образования / Е. А. Бузукова. — Москва : Издательство Юрайт, 2026. — 181 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-15602-7. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/589139>

4. Управление проектами. ИТ-технологии : учебное пособие для среднего профессионального образования / под редакцией Р. Ф. Маликова. — 2-е изд. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 167 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-20796-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/558795>

## **9. Ежегодно обновляемые современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы**

### **9.1. Ежегодно обновляемые современные профессиональные базы данных**

1. <https://www.economy.gov.ru> – Официальный сайт Министерства

экономического развития;

2. <https://rosstat.gov.ru> - Официальный сайт Федеральной службы государственной статистики;

3. <http://www.rostourunion.ru/> - официальный сайт отраслевого объединения РСТ, в которое входят туроператоры, турагентства, гостиницы, санаторно-курортные учреждения, транспортные, страховые, консалтинговые, IT-компании, учебные заведения, СМИ, общественные и иные организации в сфере туризма;

4. <http://www.fas.gov.ru> - Федеральная антимонопольная служба;

5. <http://www.rosreestr.ru> - Федеральная служба государственной регистрации, кадастра и картографии;

6. <http://www.fedsfm.ru> - Федеральная служба по финансовому мониторингу;

7. <https://www.scopus.com> - Реферативная и справочная база данных рецензируемой литературы Scopus;

8. <https://apps.webofknowledge.com> - Политематическая реферативно-библиографическая и наукометрическая (библиометрическая) база данных Web of Science;

9. <https://www.sciencealert.com> - Science Alert является академическим издателем журналов открытого доступа. Также издает академические книги и журналы. Science Alert в настоящее время имеет более 150 журналов открытого доступа в области бизнеса, экономики, информатики, коммуникации, инженерии, медицины, математики, химии, общественной и гуманитарной науки;

10. <https://sciencepublishinggroup.com> - Science Publishing Group электронная база данных открытого доступа включающая в себя более 500 научных журналов, около 50 книг, 30 материалов научных конференций в области статистики, экономики, менеджмента, педагогики, социальных наук, психологии, биологии, химии, медицины, пищевой инженерии, физики, математики, электроники, информатики, науке о защите природы, архитектуре, инженерии, транспорта, технологии, творчества, языка и литературы.

## **9.2. Ежегодно обновляемые информационные справочные системы**

1. Информационно-правовая система «Гарант». – URL: <http://www.garant.ru/>;

2. Информационно-правовая система «Консультант плюс». – URL: <http://www.consultant.ru/>.

## **10. Комплект лицензионного программного обеспечения**

1. Microsoft Office. Интегрированный пакет прикладных программ;

2. Microsoft Windows;

3. Корпоративная информационная система «КИС».

## **11. Электронные образовательные ресурсы**

1. ЭБС «Университетская библиотека Онлайн»;

2. ЭБС «Юрайт»;

3. Корпоративная информационная система «КИС».

## **12. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине**

Изучение дисциплины обеспечивается в соответствии требованиями Федерального государственного образовательного стандарта по направлению подготовки 41.03.04 Политология к материально-техническому обеспечению. Материально-техническое обеспечение необходимое для реализации дисциплины включает: учебные аудитории для

проведения учебных занятий, оснащенные оборудованием (специализированной мебелью- посадочные места по количеству обучающихся; рабочее место преподавателя; шкаф, учебная доска, стенд) и техническими средствами обучения (проектор, экран, компьютер).

Помещения для самостоятельной работы обучающихся оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в ЭИОС РМАТ.

РМАТ обеспечена необходимым комплектом лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения, в том числе отечественного производства (состав определен в п.10 и подлежит обновлению при необходимости).

При использовании в образовательном процессе печатных изданий библиотечный фонд укомплектован печатными изданиями из расчета не менее 0,25 экземпляра каждого из изданий, указанных в п.8, на одного обучающегося из числа лиц, одновременно осваивающих соответствующую дисциплину (модуль), проходящих соответствующую практику.

Обучающимся обеспечен доступ (удаленный доступ), в том числе в случае применения электронного обучения, дистанционных образовательных технологий, к современным профессиональным базам данных и информационным справочным системам, состав которых определяется в п.9 и подлежит обновлению (при необходимости).