Автономная некоммерческая организация высшего образования
«Санкт-Петербургская юридическая академия»

ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Управление ИТ-продуктами и сервисами

Направление подготовки 38.03.05 Бизнес-информатика

Квалификация выпускника Бакалавр

Направленность (профиль) Информационно-аналитическое сопровождение управленческой деятельности

Санкт-Петербург
2026

1. Планируемые результаты обучения по дисциплине, соотнесенные с индикаторами достижения компетенций

В процессе изучения дисциплины у обучающихся должны быть сформированы следующие компетенции:

ОПК-2. Способен проводить исследование и анализ рынка информационных систем и информационно-коммуникационных технологий, выбирать рациональные решения для управления бизнесом.

ПК-2. Способен участвовать в управлении ИТ-продуктами и цифровыми сервисами с учетом потребностей пользователей, целей организации и результатов их использования.

Индикаторы достижения компетенций	Планируемые результаты обучения
ИД.2 (ОПК-2) Оценивает и обосновывает выбор рациональных ИС- и ИКТ-решений для управления бизнесом.	**Знает:** **РО-1ИД-2(ОПК-2)** критерии выбора и оценки эффективности ИС- и ИКТ-решений для управления бизнесом.
	Умеет: **РО-2ИД-2(ОПК-2)** оценивать функциональные, технологические и экономические характеристики ИС- и ИКТ-решений и обосновывать их выбор.
	Владеет: **РО-3ИД-2(ОПК-2)** навыками подготовки обоснованных рекомендаций по выбору ИС- и ИКТ-решений.
ИД.1 (ПК-2) Выявляет потребности пользователей и заинтересованных сторон, формирует требования, ценностное предложение и направления развития ИТ-продукта или цифрового сервиса.	**Знает:** **РО-1ИД-1(ПК-2)** методы исследования потребностей пользователей, формирования требований и ценностного предложения ИТ-продукта;
	Умеет: **РО-2ИД-1(ПК-2)** выявлять потребности пользователей, формулировать требования и определять направления развития цифрового продукта.
	Владеет: **РО-3ИД-1(ПК-2)** навыками анализа потребностей и подготовки предложений по развитию ИТ-продуктов и сервисов.

2. Содержание оценочных средств для текущего контроля успеваемости

2.1. Примерный перечень тем докладов, рефератов, презентаций

1. Методы исследования поведения пользователей продукта.
2. Проверка продуктовых гипотез с помощью MVP.
3. Планирование продуктового бэклога и дорожной карты.
4. Применение метрик AARRR к цифровому сервису.
5. Расчёт показателей удержания и оттока.
6. Оценка экономики подписной цифровой модели.
7. ИТ-продукт и цифровой сервис.
8. Исследование потребностей и рынка.
9. Ценностное предложение и продуктовая стратегия.
10. Требования и продуктовый бэклог.

11. Метрики ИТ-продукта.
12. Управление цифровым сервисом.
13. Экономика и риски продукта.
14. Развитие продукта.
15. Понятие ИТ-продукта и цифрового сервиса.
16. Отличие проекта от продукта.
17. Роль product manager.
18. Методы исследования пользователей.
19. Сегментация пользователей.
20. Ценностное предложение.
21. Продуктовая гипотеза.
22. MVP и способы его проверки.
23. Product backlog.
24. Методы приоритизации требований.
25. Product roadmap.
26. Метрики AARRR.
27. Retention и churn.
28. Unit-экономика цифрового продукта.
29. A/B-тестирование.
30. Жизненный цикл продукта.

2.2. Типовые задания

Задание 1. Сформулируйте проблему пользователя и ценностное предложение цифрового продукта. Используйте исходные данные предложенного преподавателем кейса; представьте оформленный результат, исходные допущения и краткое обоснование выбранных решений.

Задание 2. Определите сегменты пользователей и подготовьте набор гипотез о потребностях. Используйте исходные данные предложенного преподавателем кейса; представьте оформленный результат, исходные допущения и краткое обоснование выбранных решений.

Задание 3. Составьте product backlog и приоритизируйте элементы методом RICE или WSJF. Используйте исходные данные предложенного преподавателем кейса; представьте оформленный результат, исходные допущения и краткое обоснование выбранных решений.

Задание 4. Определите MVP продукта и критерии проверки ключевой гипотезы. Используйте исходные данные предложенного преподавателем кейса; представьте оформленный результат, исходные допущения и краткое обоснование выбранных решений.

Задание 5. Сформируйте набор продуктовых метрик: acquisition, activation, retention, revenue, referral. Используйте исходные данные предложенного преподавателем кейса; представьте оформленный результат, исходные допущения и краткое обоснование выбранных решений.

Задание 6. Проведите сравнительный анализ трех конкурирующих ИТ-продуктов. Используйте исходные данные предложенного преподавателем кейса; представьте оформленный результат, исходные допущения и краткое обоснование выбранных решений.

Задание 7. Разработайте roadmap развития продукта на два релиза. Используйте исходные данные предложенного преподавателем кейса; представьте оформленный результат, исходные допущения и краткое обоснование выбранных решений.

Задание 8. Оцените результаты использования сервиса и подготовьте предложения по его развитию. Используйте исходные данные предложенного преподавателем кейса; представьте оформленный результат, исходные допущения и краткое обоснование выбранных решений.

2.3 Вопросы для самоконтроля

1. Чем ИТ-продукт отличается от проекта и ИТ-сервиса.

2. Как формулируются проблема пользователя, ценностное предложение и продуктовая гипотеза.

3. Какие методы исследования пользователей применяются в продуктовом управлении.

4. Что такое MVP и как определить его минимальный состав.

5. Как формируется и приоритизируется продуктовый backlog.

6. Какие продуктовые метрики отражают привлечение, активацию, удержание и монетизацию.

7. Как рассчитываются и интерпретируются unit-экономика, LTV и CAC.

8. Как roadmap связан со стратегией продукта и ожиданиями заинтересованных сторон.

9. Какие методы используются для проверки продуктовых гипотез и экспериментов.

10. Что такое SLA, SLI и SLO в управлении ИТ-сервисами.

11. Как организуется управление обратной связью и качеством сервиса.

12. Как принимается решение о развитии, масштабировании или прекращении продукта.

13. Понятие ИТ-продукта и цифрового сервиса.

14. Отличие проекта от продукта.

15. Роль product manager.

16. Методы исследования пользователей.

17. Сегментация пользователей.

18. Ценностное предложение.

19. Продуктовая гипотеза.

20. MVP и способы его проверки.

21. Product backlog.

22. Методы приоритизации требований.

23. Product roadmap.

24. Метрики AARRR.

25. Retention и churn.

26. Unit-экономика цифрового продукта.

27. A/B-тестирование.

28. Жизненный цикл продукта.

29. SLA и SLO цифрового сервиса.

30. Обратная связь пользователей.

3. Задания для проведения промежуточной аттестации по дисциплине

3.1. Перечень вопросов к зачету с оценкой

1. Понятие ИТ-продукта и цифрового сервиса.
2. Отличие проекта от продукта.
3. Роль product manager.
4. Методы исследования пользователей.
5. Сегментация пользователей.
6. Ценностное предложение.
7. Продуктовая гипотеза.
8. MVP и способы его проверки.
9. Product backlog.
10. Методы приоритизации требований.
11. Product roadmap.
12. Метрики AARRR.
13. Retention и churn.
14. Unit-экономика цифрового продукта.
15. A/B-тестирование.
16. Жизненный цикл продукта.
17. SLA и SLO цифрового сервиса.
18. Обратная связь пользователей.
19. Оценка конкурентных решений.

20. Принятие решения о развитии продукта.
21. ИТ-продукт и цифровой сервис.
22. Исследование потребностей и рынка.
23. Ценностное предложение и продуктовая стратегия.
24. Требования и продуктовый бэклог.
25. Метрики ИТ-продукта.
26. Управление цифровым сервисом.
27. Экономика и риски продукта.
28. Развитие продукта.
29. Проверка потребности целевого пользователя.
30. Критерии выбора продуктовых метрик.
31. Ценностная гипотеза цифрового продукта.
32. Принципы формирования продуктовой дорожной карты.
33. Обоснование стоимости цифрового сервиса.
34. Оценка продуктовых рисков.
35. Анализ воронки цифрового продукта.
36. Принципы расчёта коэффициента оттока.
37. Сравнение ценностных предложений.
38. Риски неверной продуктовой гипотезы.
39. Применение A/B-теста к интерфейсу.
40. Расчёт единичной экономики продукта.

4. Шкала оценивания результатов промежуточной аттестации и критерии выставления оценок

Для оценивания результатов промежуточной аттестации применяется шкала оценивания, включающая следующие оценки: «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно».

Экзамен (зачет с оценкой). Критерии выставления оценок

Знания обучающихся оцениваются путем выставления по результатам ответа обучающегося итоговой оценки «отлично», либо «хорошо», либо «удовлетворительно», либо «неудовлетворительно».

Оценка «отлично» выставляется в случае:

- полного, правильного и уверенного изложения обучающимся учебного материала по каждому из вопросов билета;
- уверенного владения обучающимся понятийно-категориальным аппаратом учебной дисциплины;
- логически последовательного, взаимосвязанного и правильно структурированного изложения обучающимся учебного материала, умения устанавливать и прослеживать причинно-следственные связи между событиями, процессами и явлениями, о которых идет речь в вопросах билета;
- приведения обучающимся надлежащей аргументации, наличия у обучающегося логически и нормативно обоснованной точки зрения при освещении проблемных, дискуссионных аспектов учебного материала по вопросам билета;
- лаконичного и правильного ответа обучающегося на дополнительные вопросы преподавателя.

Оценка «хорошо» выставляется в случае:

- недостаточной полноты изложения обучающимся учебного материала по отдельным (одному или двум) вопросам билета при условии полного, правильного и уверенного изложения учебного материала по, как минимум, одному вопросу билета;
- допущения обучающимся незначительных ошибок и неточностей при изложении учебного материала по отдельным (одному или двум) вопросам билета;
- допущения обучающимся незначительных ошибок и неточностей при использовании в ходе ответа отдельных понятий и категорий дисциплины;

- нарушения обучающимся логической последовательности, взаимосвязи и структуры изложения учебного материала по отдельным вопросам билета, недостаточного умения обучающегося устанавливать и прослеживать причинно-следственные связи между событиями, процессами и явлениями, о которых идет речь в вопросах билета;
- приведения обучающимся слабой аргументации, наличия у обучающегося недостаточно логически и нормативно обоснованной точки зрения при освещении проблемных, дискуссионных аспектов учебного материала по вопросам билета;
- допущения обучающимся незначительных ошибок и неточностей при ответе на дополнительные вопросы преподавателя.

Любой из указанных недостатков или их определенная совокупность могут служить основанием для выставления обучающемуся оценки «хорошо».

Оценка «удовлетворительно» выставляется в случае:

- невозможности изложения обучающимся учебного материала по любому из вопросов билета при условии полного, правильного и уверенного изложения учебного материала по как минимум одному из вопросов билета;
- допущения обучающимся существенных ошибок при изложении учебного материала по отдельным (одному или двум) вопросам билета;
- допущении обучающимся ошибок при использовании в ходе ответа основных понятий и категорий учебной дисциплины;
- существенного нарушения обучающимся или отсутствия у обучающегося логической последовательности, взаимосвязи и структуры изложения учебного материала, неумения обучающегося устанавливать и прослеживать причинно-следственные связи между событиями, процессами и явлениями, о которых идет речь в вопросах билета;
- отсутствия у обучающегося аргументации, логически и нормативно обоснованной точки зрения при освещении проблемных, дискуссионных аспектов учебного материала по вопросам билета;
- невозможности обучающегося дать ответы на дополнительные вопросы преподавателя.

Любой из указанных недостатков или их определенная совокупность могут служить основанием для выставления обучающемуся оценки «удовлетворительно».

Оценка «неудовлетворительно» выставляется в случае:

- отказа обучающегося от ответа по билету с указанием, либо без указания причин;
- невозможности изложения обучающимся учебного материала по двум или всем вопросам билета;
- допущения обучающимся существенных ошибок при изложении учебного материала по двум или всем вопросам билета;
- скрытное или явное использование обучающимся при подготовке к ответу нормативных источников, основной и дополнительной литературы, конспектов лекций и иного вспомогательного материала, кроме случаев специального указания или разрешения преподавателя;
- не владения обучающимся понятиями и категориями данной дисциплины;
- невозможность обучающегося дать ответы на дополнительные вопросы преподавателя.

Любой из указанных недостатков или их совокупность могут служить основанием для выставления обучающемуся оценки «неудовлетворительно».

Обучающийся имеет право отказаться от ответа по выбранному билету с указанием, либо без указания причин и взять другой билет. При этом с учетом приведенных выше критериев оценка обучающемуся должна быть выставлена на один балл ниже заслуживаемой им.

Дополнительные вопросы могут быть заданы обучающемуся в случае:

- необходимости конкретизации и изложенной обучающимся информации по вопросам билета с целью проверки глубины знаний отвечающего по связанным между собой темам и проблемам;
- необходимости проверки знаний обучающегося по основным темам и проблемам курса при недостаточной полноте его ответа по вопросам билета.

При проведении промежуточной аттестации в форме тестирования с использованием шкалы, включающей оценки «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно», оценивание результата проводится следующим образом:

«**Отлично**» - получают обучающиеся в том случае, если верные ответы составляют от 80% до 100% от общего количества;

«**Хорошо**» - получают обучающиеся в том случае, если верные ответы составляют от 65 до 79% от общего количества;

«**Удовлетворительно**» - получают обучающиеся в том случае, если верные ответы составляют 50 –64 % правильных ответов;

«**Неудовлетворительно**» - работа, содержащая менее 50% правильных ответов.

5. Задания для диагностической работы (количество 20)

1. Вопрос: Чем различаются ИТ-продукт и цифровой сервис?

Примерный ответ: ИТ-продукт — технологическое решение, создающее ценность для определённых пользователей или заказчиков. Цифровой сервис акцентирует предоставление полезной функции на постоянной основе, включая эксплуатацию, поддержку и согласованный уровень качества.

2. Вопрос: В чём состоит отличие проекта от продукта?

Примерный ответ: Проект представляет собой временную деятельность по созданию уникального результата с установленными ограничениями. Продукт развивается в течение жизненного цикла, а решения о его изменениях принимаются с учётом ценности для пользователей и бизнес-результатов.

3. Вопрос: Какие функции выполняет Product Manager?

Примерный ответ: Менеджер продукта отвечает за понимание потребностей рынка, формирование продуктовой стратегии и расстановку приоритетов. Он согласует работу участников и оценивает результаты по показателям ценности и эффективности продукта.

4. Вопрос: Какими методами исследуют пользователей продукта?

Примерный ответ: Исследование включает интервью, опросы, наблюдение, юзабилити-тесты и анализ цифрового поведения. Выбор метода зависит от того, необходимо ли понять мотивы пользователя или измерить распространённость поведения.

5. Вопрос: Для чего проводят сегментацию пользователей?

Примерный ответ: Сегментация делит аудиторию на группы с различными задачами, характеристиками и поведением. Она помогает выбирать приоритетные группы, разрабатывать ценностное предложение и оценивать эффект продукта для каждого сегмента.

6. Вопрос: Что такое ценностное предложение продукта?

Примерный ответ: Ценностное предложение объясняет, какую проблему решает продукт и почему определённый сегмент пользователей должен выбрать именно его. Оно связывает потребности аудитории с выгодами и отличительными возможностями решения.

7. Вопрос: Как формулируется продуктовая гипотеза?

Примерный ответ: Продуктовая гипотеза — проверяемое предположение о проблеме пользователя, свойствах решения или ожидаемом эффекте. Для проверки заранее определяют изменение, целевую аудиторию, метрику и критерий успешности.

8. Вопрос: Для чего создают MVP?

Примерный ответ: MVP — минимально жизнеспособная версия продукта, позволяющая проверить наиболее рискованные предположения при ограниченных затратах. Результаты её использования оценивают по поведению пользователей и заранее выбранным показателям.

9. Вопрос: Что представляет собой Product Backlog?

Примерный ответ: Product Backlog — упорядоченный и изменяемый перечень работ, улучшений и требований к продукту. Его содержание уточняется на основе обратной связи, стратегии и полученных данных.

10. Вопрос: Как приоритизируют продуктовые требования?

Примерный ответ: Приоритет определяют, сопоставляя ожидаемую пользовательскую и бизнес-ценность с затратами, неопределённостью и рисками. Применяют сравнительные оценки, например RICE, а окончательный выбор согласуют с целями продукта.

11. Вопрос: Для чего разрабатывают Product Roadmap?

Примерный ответ: Дорожная карта продукта показывает стратегические направления развития, крупные инициативы и ориентиры по времени. Она помогает согласовывать ожидания участников, при этом детальные задачи могут корректироваться по результатам исследований.

12. Вопрос: Что означают метрики AARRR?

Примерный ответ: Модель AARRR включает привлечение, активацию, удержание, рекомендации и выручку. Показатели отражают разные этапы пользовательского пути и помогают обнаруживать проблемы в продуктовой воронке.

13. Вопрос: Чем отличаются удержание пользователей и отток?

Примерный ответ: Retention показывает долю пользователей, продолжающих пользоваться продуктом через заданный период. Churn характеризует долю пользователей или клиентов, прекративших использование либо оплату за тот же период при сопоставимых определениях.

14. Вопрос: Что оценивает юнит-экономика цифрового продукта?

Примерный ответ: Юнит-экономика сопоставляет доходы и расходы, приходящиеся на выбранную единицу бизнеса, например клиента или заказ. Для оценки устойчивости модели используют показатели LTV, CAC, маржинального дохода и сроков окупаемости привлечения.

15. Вопрос: Как проводится A/B-тестирование продукта?

Примерный ответ: Пользователей случайным образом распределяют между контрольным и экспериментальным вариантами и сравнивают заранее выбранную метрику. Для обоснованных выводов учитывают размер выборки, статистическую неопределённость и возможные побочные эффекты.

16. Вопрос: Какие стадии включает жизненный цикл продукта?

Примерный ответ: В типовой модели выделяют выведение на рынок, рост, зрелость и спад, хотя траектории цифровых продуктов могут отличаться. На разных стадиях меняются цели управления, структура затрат и приоритеты развития.

17. Вопрос: Чем отличаются SLA и SLO цифрового сервиса?

Примерный ответ: SLO задаёт внутреннюю или операционную цель по уровню сервиса, например доступности либо времени ответа. SLA представляет соглашение с потребителем о характеристиках услуги и ответственности при их нарушении.

18. Вопрос: Как собирают и анализируют обратную связь пользователей?

Примерный ответ: Обратную связь получают из обращений в поддержку, интервью, опросов, отзывов и продуктовой аналитики. Данные группируют по темам и значимости, после чего проверяют гипотезы и определяют приоритеты улучшений.

19. Вопрос: Как оценивают конкурентные ИТ-решения?

Примерный ответ: Конкурентный анализ сравнивает целевые аудитории, функциональность, удобство, стоимость и каналы распространения продуктов. Он помогает выявить альтернативы пользователей и определить возможности для дифференциации.

20. Вопрос: На основании чего принимают решения о развитии продукта?

Примерный ответ: Решения основывают на продуктовой стратегии, пользовательских исследованиях, результатах экспериментов и динамике ключевых метрик. Приоритет отдают изменениям с обоснованным эффектом, учитывая ресурсы и риски.