НАЗВАНИЕ УЧРЕЖДЕНИЯ ДОПОЛНИТЕЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ:

Graphicmania Academy / Graphicmania OÜ

Номер уведомления о хозяйственной деятельности в области образования взрослых 250522. https://academy.graphicmania.ee/

1. Название учебной программы:

«Digital Product Owner: создание и управление digital-продуктом»

2. Группа учебных программ:

0413 Juhtimine ja haldus

Язык обучения:

Русский язык

3. Цель и достигаемые результаты обучения

ЦЕЛЬ. Научить участников работать владельцем digital-продукта (Product Owner): находить проблемы пользователей, проверять идеи, расставлять приоритеты, описывать требования для команды и запускать продукт.

Курс построен на практике: каждое задание — шаг одного продукта, который учащийся выбирает сам (свой проект, продукт своей компании или новая идея). К концу курса у учащегося готов продуктовый кейс для портфолио: от интервью с пользователями до плана запуска.

ДОСТИГАЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ.

На момент окончания курса учащийся:

- объясняет роль Product Owner и этапы жизни продукта,
- проводит интервью с пользователями, анализирует рынок и конкурентов,
- формулирует гипотезы, ценностное предложение и метрики продукта,
- расставляет приоритеты и составляет план развития продукта,
- пишет требования для команды и проверяет идею на прототипе,
- планирует эксперименты и запуск продукта и презентует продукт руководству.

4. Целевая группа и условия начала прохождения обучения

Курс подходит тем, кто хочет стать владельцем digital-продукта (Product Owner) или продукт-менеджером, а также менеджерам проектов, маркетологам, предпринимателям, дизайнерам и разработчикам, которые хотят перейти в управление продуктом.

Условия начала обучения: участник должен уверенно пользоваться компьютером (Windows или Mac), браузером, таблицами и файлами и иметь стабильный интернет. Опыт в управлении продуктом не требуется.

5. Общий объем обучения, структура обучения, учебная среда и учебные средства

ОБЪЕМ: 78 академических часов, из которых 52 часа — аудиторная работа и 26 часов — самостоятельная работа.

ДЛИТЕЛЬНОСТЬ КУРСА: 7 недель.

УЧЕБНАЯ СРЕДА: онлайн, google meet, записанные видео

УЧЕБНЫЕ СРЕДСТВА: Компьютер/лаптоп с минимальными требованиями (должен приобрести/иметь самостоятельно):

- Процессор 2,1 GHz

- Оперативная память 8GB

- Жесткий диск SSD 256GB

- Видеокарта (любая)

- Windows 10, 11, macOS

- Монитор с минимальной цветопередачей RGB 92%

Программное обеспечение: Google Таблицы или Excel, Figma (бесплатный тариф), Google Slides или PowerPoint.

Платные версии программ не включены в стоимость обучения.

6. Описание учебного процесса, в т.ч. содержание обучения, учебные методы и материалы

УЧЕБНЫЙ ПРОЦЕСС: Курс состоит из двух модулей: продукт и пользователи, от идеи до запуска. Курс проходит в 13 встречах по 4 академических часа. Лекции и практические задания чередуются: за каждой темой следует задание на эту тему, и все задания — шаги одного продукта учащегося. Лекции проходят онлайн в Google Meet и доступны в записи. В конце 1 модуля проводится устная беседа, в конце 2 модуля — защита итогового проекта.

Рабочий процесс (на октябрь 2026): проблема пользователя → интервью и исследование рынка → гипотезы и метрики → приоритеты и план → требования → прототип и тест →

эксперимент → запуск. Каждое решение опирается на данные: интервью, метрики или результаты теста.

СОДЕРЖАНИЕ ОБУЧЕНИЯ:

Результаты обучения	**Содержание обучения / Темы**	**Методы и формы обучения**	**Объём в акад. часах**
Аудиторная работа, практическая работа, индивидуальная работа	**Модуль 1. Продукт и пользователи: что делать и зачем**	Лекция, обсуждение, мозговые атаки, практические задания, анализ	Аудиторная работа: 26 академ. часов
Объясняет, чем занимается Product Owner и как он работает с командой.	Кто такой Product Owner 1. Роль Product Owner: продукт, пользователи, бизнес, команда. 2. Жизненный цикл продукта: от идеи до развития. 3. Инструменты Product Owner: документы, таблицы, прототипы.	Лекция, обсуждение, мозговые атаки	2
Разбирает существующий продукт: для кого он, какую задачу решает, как зарабатывает.	Задание 1. Разбор продукта 1. Выбираем знакомый продукт (приложение, сервис, сайт). 2. Описываем пользователей, их задачу и ценность продукта. 3. Оформляем разбор на одной странице.	Лекция, практическое задание, анализ	2
Формулирует проблему пользователя и готовит вопросы для интервью.	Проблема и пользователь 1. Задачи пользователя (Jobs to be Done) и боли. 2. Как задавать вопросы, чтобы не подсказывать ответ. 3. Портреты пользователей на основе фактов, а не догадок.	Лекция, обсуждение, мозговые атаки	2

Проводит интервью с пользователями и обобщает ответы.	Задание 2. Интервью с пользователями 1. Пишем сценарий интервью. 2. Проводим 3 интервью. 3. Обобщаем ответы и делаем выводы.	Лекция, практическое задание, анализ	2
Оценивает рынок и конкурентов по открытым данным.	Рынок и конкуренты 1. Размер рынка: простой расчёт сверху и снизу. 2. Прямые и косвенные конкуренты, сильные и слабые стороны. 3. Открытые данные: как проверять источники и цифры.	Лекция, обсуждение, мозговые атаки	2
Составляет карту конкурентов и находит свободную нишу.	Задание 3. Анализ конкурентов 1. Находим 5 конкурентов. 2. Сравниваем их в таблице по 6 признакам. 3. Формулируем, чем наш продукт будет отличаться.	Лекция, практическое задание, анализ	2
Формулирует гипотезы и ценностное предложение продукта.	Гипотезы и ценностное предложение 1. Как записать гипотезу, которую можно проверить. 2. Ценностное предложение: задача, боль, выгода. 3. Минимальный продукт (MVP): что войдёт в первую версию.	Лекция, обсуждение, мозговые атаки	2
Создаёт ценностное предложение и список гипотез для своего продукта.	Задание 4. Ценностное предложение 1. Выбираем продукт для итогового проекта. 2. Пишем ценностное предложение. 3. Составляем 5 гипотез и способ проверки каждой.	Лекция, практическое задание, анализ	2

Подбирает метрики, которые показывают, работает ли продукт.	Метрики продукта 1. Главная метрика продукта и вспомогательные метрики. 2. Воронка: привлечение, активация, удержание, доход. 3. Где брать данные и как не обмануть себя цифрами.	Лекция, обсуждение, мозговые атаки	2
Строит дерево метрик своего продукта.	Задание 5. Дерево метрик 1. Выбираем главную метрику. 2. Раскладываем её на 6–8 метрик, на которые влияет команда. 3. Делаем простой дашборд в таблице.	Лекция, практическое задание, анализ	2
Расставляет приоритеты задач и объясняет свой выбор.	Приоритеты и план развития 1. Методы приоритизации: RICE, MoSCoW, ценность и усилия. 2. План развития продукта (roadmap): по целям, а не по датам. 3. Как говорить «нет» и согласовывать план с руководством.	Лекция, обсуждение, мозговые атаки	2
Составляет план развития продукта на квартал.	Задание 6. План развития на квартал 1. Собираем список идей и задач. 2. Оцениваем их по RICE в таблице. 3. Оформляем план развития на 3 месяца.	Лекция, практическое задание, анализ	2
Аргументированно объясняет свои решения и оценивает прогресс.	Устная беседа. Для успешного прохождения на следующий модуль нужно 70% правильных ответов. 1. Показываем выполненные задания. 2. Отвечаем на вопросы преподавателя. 3. Получаем ≥ 70 % правильных ответов.	Обсуждение, анализ, мозговой штурм	2

Аудиторная работа, практическая работа, индивидуальная работа	**Модуль 2. От идеи до запуска**	Лекция, обсуждение, мозговые атаки, практические задания, анализ	Аудиторная работа: 26 академ. часов
Описывает требования к продукту так, чтобы команда поняла их одинаково.	Требования и пользовательские истории 1. Документ требований (PRD): цель, пользователи, сценарии, метрики. 2. Пользовательские истории и критерии готовности. 3. Типичные ошибки в требованиях и как их избежать.	Лекция, обсуждение, мозговые атаки	2
Пишет документ требований к новой функции.	Задание 7. Документ требований 1. Выбираем функцию для своего продукта. 2. Пишем документ требований. 3. Добавляем 5 пользовательских историй с критериями готовности.	Лекция, практическое задание, анализ	2
Проверяет идею на прототипе до разработки.	Прототип и проверка идеи 1. Зачем прототип: дёшево ошибиться до разработки. 2. Кликабельный прототип в Figma. 3. Тест с пользователями: задания, наблюдение, выводы.	Лекция, обсуждение, мозговые атаки	2
Создаёт прототип и проверяет его на пользователях.	Задание 8. Прототип и тест 1. Делаем кликабельный прототип функции в Figma. 2. Проводим тест с 3 пользователями. 3. Записываем, что поменять.	Лекция, практическое задание, анализ	2

Организует работу с дизайнером и разработчикам и.	Работа с командой 1. Гибкая разработка: спринты, бэклог, встречи команды. 2. Как общаться с дизайнером и разработчиками. 3. Оценка сроков и риски.	Лекция, обсуждение, мозговые атаки	2
Планирует спринт и ведёт бэклог.	Задание 9. Бэклог и спринт 1. Собираем бэклог из задач своего продукта. 2. Планируем двухнедельный спринт. 3. Описываем цель спринта и риски.	Лекция, практическое задание, анализ	2
Планирует эксперимент и читает его результаты.	Эксперименты и аналитика 1. A/B тест: гипотеза, метрика, размер выборки. 2. Как читать результаты и не делать ложных выводов. 3. Разбор данных в таблице.	Лекция, обсуждение, мозговые атаки	2
Разрабатывает план эксперимента и разбирает данные.	Задание 10. Эксперимент 1. Пишем план A/B теста для своего продукта. 2. Разбираем учебный набор данных. 3. Формулируем решение по итогам.	Лекция, практическое задание, анализ	2
Готовит запуск продукта и считает его экономику.	Запуск и экономика продукта 1. План выхода на рынок: кому, где, с каким сообщением. 2. Цена и простая юнит-экономика. 3. Что делать после запуска: обратная связь и улучшения.	Лекция, обсуждение, мозговые атаки	2

Составляет план запуска и расчёт экономики продукта.	Задание 11. План запуска 1. Пишем план запуска на 1 месяц. 2. Считаем юнит-экономику в таблице. 3. Готовим текст для лендинга.	Лекция, практическое задание, анализ	2
Презентует продукт руководству или инвесторам.	Презентация продукта 1. Структура презентации продукта: проблема, решение, рынок, метрики, план. 2. Как отвечать на сложные вопросы. 3. Презентация в Google Slides или PowerPoint.	Лекция, обсуждение, мозговые атаки	2
Защищает свой продукт: от проблемы пользователя до плана запуска.	Задание 12. Итоговый проект 1. Собираем все материалы курса в единый продуктовый кейс. 2. Презентуем кейс группе. 3. Получаем обратную связь и вносим правки.	Проектное задание, обсуждение, анализ	4
	Для получения сертификата об успешном окончании курса нужно сдать минимум 9 из 12 практических заданий.		

МЕТОДЫ ОБУЧЕНИЯ:

Онлайн-лекции в Google Meet и видеолекции в записи, разбор реальных продуктов, обсуждения и мозговые атаки, самостоятельное выполнение практических заданий по видеоинструкциям, анализ работ и обратная связь преподавателя.

7. Оценка, или условия окончания обучения

Предпосылкой для окончания обучения является участие как минимум в 70% аудиторных часов.

В конце 1 модуля проводится промежуточное оценивание в форме устной беседы, в конце 2 модуля — защита итогового проекта. Нужно сдать 9 из 12 практических работ на положительный результат, т.е. согласно критериям оценки.

Метод оценивания	Критерий оценивания
Устная беседа в конце 1 модуля, защита итогового проекта в конце 2 модуля	Модуль 1. • **Описывает** пользователей и их задачи на основе фактов, • **Анализирует** рынок и конкурентов, • **Формулирует** проверяемые гипотезы и метрики, • **Обосновывает** приоритеты и план развития. Модуль 2. • **Пишет** понятные требования для команды, • **Проверяет** идею на прототипе с пользователями, • **Планирует** эксперимент и делает выводы по данным, • **Защищает** план запуска продукта.
Создание продуктовых документов с использованием программного обеспечения	Выполняет практические задания в таблицах, документах и программе для прототипов и доводит их до готовых документов. Оценивается теоретическая часть (объяснение решений) и практическая часть (качество работы, соответствие требованиям).
	Для получения сертификата об успешном окончании курса сданные 9 из 12 практических заданий должны соответствовать данным критериям: 1. Опора на факты и данные 2. Логика и обоснованность решений 3. Понятность для команды 4. Измеримость результатов 5. Соответствие условиям задания

8. Подлежащие выдаче документы

СЕРТИФИКАТ:

если выполнены требования, действующие в отношении окончания обучения — сдано минимум 9 из 12 практических заданий в соответствии с критериями оценки, и посещено не менее 70% аудиторных часов.

СПРАВКА:

если результатов обучения достичь не удалось, однако учащийся участвовал в учебной работе. Справка выдается в соответствии с числом контактных часов, на которых присутствовал учащийся, но не в том случае, если учащийся принял участие менее чем в половине аудиторных часов. Для получения справки необходимо письменное заявление.

9. Квалификация преподавателя

Эмиль Гусейнов - Профессионал в области графического дизайна, веб-дизайна и маркетинга. Сильная сторона — брендинг. Имеет микроквалификацию в области обучения взрослых. Успешно завершил обучение (180 ак. часов) в Vestifex по преподаванию для взрослых в Эстонии, и сдал государственный экзамен на 6 уровень преподавателя взрослых (2026 год).

Специалист по работе на stock-площадках, таких, как envato marketplace. Шаблоны работ используют по всему миру, более чем в 33 странах.

Графический дизайнер со стажем более 20 лет. Профессионал в создании визуальной коммуникации. Основатель брендингового агентства Graphicmania. В портфолио более 100 работ с фирмами по Эстонии.

Автор курсов Graphicmania Academy: «AI Visual Creator», «AI Designer», «AI Video Creator», «Основы графического дизайна: от портфолио – до профессии», «Углублённый курс по графическому дизайну: путь от junior к middle специалисту», «UIX & WordPress» и других курсов по графическому и веб-дизайну.

Многолетний подтвержденный опыт в создании визуальных коммуникаций.