

УТВЕРЖДЕНА
приказом ООО «Замесин»
от «20» июля 2026 г. № 3



ДОПОЛНИТЕЛЬНАЯ ОБЩЕРАЗВИВАЮЩАЯ ПРОГРАММА

«Как делать продукт»

Системное обучение продакт-менеджеров: методология AJTBD, юнит-экономика, RAT-фреймворк, ABCDX-сегментация, AURA

Вид программы	Дополнительная общеразвивающая программа (п. 16 Перечня лицензируемых программ — приложение к Постановлению Правительства РФ № 1490)
Направленность	Социально-гуманитарная
Категория слушателей	Лица, заинтересованные в развитии в области продакт-менеджмента. Без требований к уровню образования (ч. 3 ст. 75 ФЗ-273)
Форма обучения	Заочная, с применением исключительно электронного обучения и дистанционных образовательных технологий (ЭО/ДОТ)
Срок освоения	12 недель
Объём программы	108 академических часов
Документ по итогам	Сертификат об освоении программы (форма утверждена приказом ООО)
Год разработки	2026
Место реализации	Юридический адрес ООО «Замесин» (ч. 4 ст. 16 ФЗ-273)

Содержание

1. Общая характеристика программы
2. Цель и планируемые результаты освоения
3. Категория слушателей
4. Содержание программы
5. Учебный план
6. Календарный учебный график
7. Рабочие программы модулей
8. Формы аттестации и оценочные материалы
9. Организационно-педагогические условия
10. Методические материалы
11. Документ об освоении программы

1. Общая характеристика программы

1.1. Наименование

Дополнительная общеразвивающая программа «Как делать продукт».

1.2. Тип и вид программы

Тип: дополнительное образование взрослых. Вид: **дополнительная общеразвивающая программа** (п. 1 ч. 4 ст. 12, ч. 1 ст. 75 ФЗ-273; п. 16 Перечня — приложение к Постановлению Правительства РФ № 1490).

1.3. Актуальность

Программа закрывает базовый и продвинутый уровень компетенций продакт-менеджера: от исследования клиентов и формирования ценности продукта до запуска, развития существующих продуктов, маркетинговой упаковки и роста конверсий. Методология построена вокруг авторской системы AURA, объединяющей AJTBD-интервью, юнит-экономику как фильтр гипотез, RAT-фреймворк, ABCDX-сегментацию и мета-алгоритм решения бизнес-задач.

1.4. Форма обучения

Заочная, с применением исключительно электронного обучения и дистанционных образовательных технологий (ст. 16 ФЗ-273).

Лекции — в видеозаписи, доступны слушателю асинхронно через личный кабинет в LMS.
Воркшопы — синхронно по расписанию в формате видеоконференции (по ВКС). Все материалы — в электронном виде через ЭИОС.

1.5. Срок освоения и объём

Срок освоения: 12 недель. Объём: 108 академических часов. Академический час равен 45 минутам (Приказа Минпросвещения России № 629 от 27.07.2022).

1.6. Место осуществления образовательной деятельности

Юридический адрес ООО «Замесин». Согласно ч. 4 ст. 16 ФЗ-273, при реализации программы с применением исключительно ЭО/ДОТ местом осуществления образовательной деятельности является место нахождения организации независимо от места нахождения обучающихся.

2. Цель и планируемые результаты освоения

2.1. Цель программы

Сформировать у слушателей системное представление о методах создания, запуска и развития продуктов; развить навыки исследования клиентов, сегментации, оценки продуктовых гипотез на основе юнит-экономики, поиска Product / Market Fit и роста конверсий.

2.2. Планируемые результаты освоения

По итогам освоения программы слушатель ЗНАЕТ:

- Методологию Advanced Jobs To Be Done (AJTBD) — главную идею, типы и свойства работ, граф работ.
- Принципы сегментации клиентов по работам, методы создания ценности продукта.
- Основы юнит-экономики продукта: целевую маржу, маржинальность сегмента, юнит-экономический фильтр.
- Алгоритм поиска Product / Market Fit, RAT-фреймворк, четыре стадии PMF, парадигму «убить продукт быстро».
- Стратегии развития существующих продуктов: ABCDX-сегментация, сегментация Шона Эллиса, девять стратегий развития, dual track, UX-тесты.
- Психологические основы решения о покупке, факторы конверсии, механики роста конверсии.

По итогам освоения программы слушатель УМЕЕТ:

- Проводить AJTBD-интервью в B2C- и B2B-контекстах.
- Строить граф работ и выделять критические цепочки работ.
- Сегментировать клиентов по работам, отличать ложную сегментацию от реальной.
- Формулировать ценностное предложение на языке джобов, применять механики создания ценности.
- Считать юнит-экономику и применять её как фильтр гипотез.
- Применять RAT-фреймворк для дешёвой проверки рискованных предположений.
- Делать упражнение «сегмент / не сегмент», скоринг сегментов по частотности, важности, размеру, неудовлетворённости и WTP.
- Проводить количественную валидацию JTBD-исследований.
- Писать тексты лендингов и коммерческих предложений на основе ценностного предложения.
- Применять мета-алгоритм AURA (11 типовых бизнес-задач × 34 механики, RICE-ранжирование) для решения продуктовых задач.

По итогам освоения программы слушатель ВЛАДЕЕТ:

- Языком AJTBD как рабочим языком для описания продуктовых решений.

- Инструментарием диагностики продукта: разбор стратегии, графа работ, сегментов, ценности.
- Подходом к запуску нового продукта без накопленных данных и к росту зрелого продукта.

3. Категория слушателей

К освоению программы допускаются лица, заинтересованные в развитии компетенций в области продакт-менеджмента. Поскольку программа относится к дополнительным общеразвивающим, требований к уровню образования слушателей не предъявляется (ч. 3 ст. 75 ФЗ-273).

Рекомендуемый профиль слушателя:

- Продакт-менеджеры, продакт-аналитики, продакт-дизайнеры.
- Основатели стартапов и предприниматели.
- Сотрудники продуктовых команд — разработчики, дизайнеры, маркетологи — желающие глубже понимать продуктовую логику.
- Руководители подразделений, отвечающие за развитие цифровых продуктов.

Возраст слушателей: от 18 лет.

4. Содержание программы

Программа состоит из 7 модулей, включает ~30 видеолекций и 9 воркшопов (синхронные занятия по видеоконференции). Структура построена вокруг методологии AURA, объединяющей инструменты AJTBD, юнит-экономики, RAT, ABCDX.

Модуль 1. Введение — Знакомство с языком AJTBD и обзор всего арсенала курса на сквозном кейсе. Один воркшоп (индивидуальный, обзорный).

Модуль 2. База — Фундамент методологии: AJTBD-интервью, граф работ, сегментация по работам, ценность продукта. Три воркшопа.

Модуль 3. Основы юнит-экономики — Юнит-экономика как фильтр гипотез: целевая маржа, маржинальность сегмента, отбрасывание убыточных направлений. Один воркшоп.

Модуль 4. Углубление в сегментацию — Ложная и реальная сегментация; упражнение «сегмент / не сегмент»; пять главных ошибок сегментации. Один воркшоп.

Модуль 5. Запустить новый продукт — RAT-фреймворк, четыре стадии PMF, парадигма «убить продукт быстро», трекшн-карта, Go-To-Market-механики. Один воркшоп.

Модуль 6. Как растить существующий продукт — Стратегии развития, UX-тесты, ABCDX-сегментация, количественная валидация JTBD-исследований, карты приоритизации. Воркшопов нет.

Модуль 7. Как упаковать продукт в маркетинге и растить конверсии — Психология решения о покупке, факторы и механики роста конверсии, продажа нового непривычного решения. Два воркшопа (парный по тексту лендинга и финальный по систематизации стратегий).

5. Учебный план

Распределение часов по модулям, видам занятий и форме контроля. Лекции — в видеозаписи (асинхронно), воркшопы — в формате видеоконференции (синхронно по расписанию).

№	Наименование модуля	Всего часов	Лекции (видео)	Воркшопы (ВКС)	Самост. работа
1	Введение	10	4	2	4
2	База	32	12	6	14
3	Основы юнит-экономики	10	2	2	6
4	Углубление в сегментацию	10	4	2	4
5	Запустить новый продукт	14	6	2	6
6	Как растить существующий продукт	14	8	0	6
7	Как упаковать продукт в маркетинге и растить конверсии	14	6	4	4
—	Промежуточный контроль (тесты по модулям)	2	—	—	2
—	Итоговая аттестация	2	—	—	2
	ИТОГО	108	42	18	48

Форма контроля по каждому модулю: тест по итогам модуля (текущий контроль). Итоговая аттестация — итоговый тест и защита кейса (Раздел 8).

6. Календарный учебный график

Программа реализуется в формате 12-недельных потоков. Лекции выкладываются в LMS в начале каждой недели, воркшопы проводятся по расписанию в формате видеоконференции.

Неделя	Активности	Контроль
1	Модуль 1 «Введение». Лекции в записи. Воркшоп №1 (обзорный, индивидуальный).	Тест по Модулю 1
2	Модуль 2 «База», часть 1: AJTBD-интервью. Лекции в записи. Воркшоп №2 (парный).	—
3	Модуль 2, часть 1: Граф работ. Лекции в записи. Воркшоп №3 (индивидуальный).	—
4	Модуль 2, часть 2: Сегментация и ценность продукта. Лекции в записи. Воркшоп №4 (индивидуальный).	Тест по Модулю 2
5	Модуль 3 «Основы юнит-экономики». Лекции в записи. Воркшоп №5 (индивидуальный).	Тест по Модулю 3
6	Модуль 4 «Углубление в сегментацию». Лекции в записи. Воркшоп №6 (индивидуальный).	Тест по Модулю 4
7	Модуль 5 «Запустить новый продукт». Часть 1: лекции в записи.	—
8	Модуль 5, часть 2. Воркшоп №7 (индивидуальный).	Тест по Модулю 5
9	Модуль 6 «Как растить существующий продукт». Часть 1: лекции.	—
10	Модуль 6, часть 2: количественная валидация. Лекции в записи.	Тест по Модулю 6
11	Модуль 7 «Маркетинг и конверсии». Лекции. Воркшоп №8 (парный, текст лендинга).	—
12	Модуль 7, продолжение. Воркшоп №9 (финальный, индивидуальный). Итоговая аттестация.	Тест по Модулю 7. Итоговый тест. Защита итогового кейса.

7. Рабочие программы модулей

Модуль 1. Введение

Объём: 10 ак.часов (лекции 4 ч, воркшоп 2 ч, самостоятельная работа 4 ч).

Цель модуля: дать обзор всего арсенала курса на сквозном кейсе и познакомить слушателя с языком AJTBD.

Темы лекций:

- Лекция 1.1. Изучаем «работу» под микроскопом.
- Лекция 1.2. Основы Advanced Jobs To Be Done (AJTBD).

Воркшоп:

- Воркшоп №1 (индивидуальный, обзорный). Как AURA и AJTBD дают алгоритмы решения бизнес-задач. Все ключевые инструменты AURA на одном сквозном кейсе. Слушатели получают видение всего курса до того, как погружаются в детали.

Результат модуля: слушатель понимает терминологию AJTBD и видит общую логику курса.

Форма контроля: тест по итогам модуля (10 вопросов, зачёт с 70%).

Модуль 2. База

Объём: 32 ак.часа (лекции 12 ч, воркшопы 6 ч, самостоятельная работа 14 ч).

Цель модуля: заложить фундамент методологии — AJTBD-интервью, граф работ, сегментацию по работам, формирование ценности продукта.

Часть 1. AJTBD-интервью и граф работ

Темы лекций (до Воркшопа №2):

- Лекция 2.1.1. Главная идея AJTBD.
- Лекция 2.1.2. Как проводить AJTBD-интервью.
- Лекция 2.1.3. B2B-специфика.

Воркшоп №2 (парный). Учимся проводить AJTBD-интервью.

Дополнительные материалы блока интервью:

- Гайды AJTBD-интервью.
- Демо AJTBD-интервью для частотной работы — B2C.
- Демо AJTBD-интервью для последовательной работы — B2C.
- Демо AJTBD-интервью для поиска сегмента — B2B.
- Как устанавливать эмоциональный контакт.

Темы лекций (до Воркшопа №3):

- Лекция 2.1.4. Типы и свойства работ.
- Лекция 2.1.5. Основы графа работ.

- Лекция 2.1.6. Критические цепочки работ.
- Лекция 2.1.7. Примеры графов работ.

Воркшоп №3 (индивидуальный). Базовые навыки AJTBD: правильный уровень работ, наноджоба, активирующее знание, проверочные вопросы про конкурентов.

Часть 2. Сегментация и ценность продукта

Темы лекций (до Воркшопа №4):

- Лекция 2.2.1. Основы сегментации клиентов по работам.
- Лекция 2.2.2. Алгоритм сегментации, нишевания и роста в сегменте.
- Лекция 2.2.3. Что такое ценность продукта и базовые механики создания ценности.

Воркшоп №4 (индивидуальный). Создание ценности продукта: применение 16+ механик создания ценности к графу работ. Формулировка ценностного предложения на языке джобов.

Форма контроля: тест по итогам модуля (15 вопросов, зачёт с 70%).

Модуль 3. Основы юнит-экономики

Объём: 10 ак.часов (лекции 2 ч, воркшоп 2 ч, самостоятельная работа 6 ч).

Цель модуля: научить применять юнит-экономику как фильтр продуктовых гипотез.

Материалы:

- Глоссарий основных метрик и терминов.
- Видеолекция об основах юнит-экономики (в записи).

Воркшоп №5 (индивидуальный). Базовый расчёт юнит-экономики; выбор сегментов и работ по экономике; расчёт целевой маржи по каждому сегменту; юнит-экономический фильтр для всех последующих модулей курса.

Форма контроля: тест по итогам модуля (10 вопросов, зачёт с 70%).

Модуль 4. Углубление в сегментацию

Объём: 10 ак.часов (лекции 4 ч, воркшоп 2 ч, самостоятельная работа 4 ч).

Цель модуля: научить отличать ложную сегментацию от реальной и применять экономический фильтр к выбору сегмента.

Темы лекций:

- Лекция 4.1. Ложная и реальная сегментация.
- Лекция 4.2. Как делать упражнение «сегмент / не сегмент».
- Лекция 4.3. Пять главных ошибок сегментации и нишевания.

Воркшоп №6 (индивидуальный). Разбираемся в ложной и реальной сегментации. Скоринг сегментов по частотности, важности, размеру, неудовлетворённости и WTP.

Форма контроля: тест по итогам модуля (10 вопросов, зачёт с 70%).

Модуль 5. Запустить новый продукт

Объём: 14 ак.часов (лекции 6 ч, воркшоп 2 ч, самостоятельная работа 6 ч).

Цель модуля: дать инструменты для запуска нового продукта без накопленных данных: RAT-фреймворк, поиск сегмента, трекшн-карта.

Темы лекций:

- Лекция 5.1. Алгоритм поиска Product / Market Fit (RAT-фреймворк).
- Лекция 5.2. Пять главных рискованных предположений.
- Лекция 5.3. Четыре стадии PMF.
- Лекция 5.4. Парадигма «убить продукт быстро».
- Лекция 5.5. Как найти сегмент для нового продукта.
- Лекция 5.6. ABCD-раскрытие, привычка как нейросеть, дилемма инноватора, timing и technology readiness.

Воркшоп №7 (индивидуальный). Освоение запуска нового продукта с помощью трекшн-карты, исследований и Go-To-Market-механик. Гранулярная проверка гипотез без потери деталей. Применение RAT и трекшн-карты к контексту запуска.

Форма контроля: тест по итогам модуля (12 вопросов, зачёт с 70%).

Модуль 6. Как растить существующий продукт

Объём: 14 ак.часов (лекции 8 ч, воркшопа нет, самостоятельная работа 6 ч).

Цель модуля: применить методологию к зрелому продуктовому контексту: стратегии развития, UX-тесты, ABCDX-сегментация, количественная валидация JTBD-исследований.

Темы лекций:

- Лекция 6.1. Стратегии развития существующего продукта.
- Лекция 6.2. Локальный и глобальный оптимум; девять стратегий развития; dual track.
- Лекция 6.3. Как делать UX-тесты.
- Лекция 6.4. ABCDX-сегментация и сегментация Шона Эллиса.
- Лекция 6.5. Скоринг текущих клиентов, поиск точек роста.
- Лекция 6.6. Количественная валидация JTBD-исследования.
- Лекция 6.7. Качественное → количественное: переход от 20–50 интервью к выборкам 500–2 000.
- Лекция 6.8. Ошибка выборки, доверительные интервалы, размер выборки.
- Лекция 6.9. Карты приоритизации 2D с погрешностью.

Форма контроля: тест по итогам модуля (15 вопросов, зачёт с 70%).

Модуль 7. Как упаковать продукт в маркетинге и растить конверсии воронки

Объём: 14 ак.часов (лекции 6 ч, воркшопы 4 ч, самостоятельная работа 4 ч).

Цель модуля: дать расширенный инструментарий: от психологии покупки до диагностики конверсии и продажи нового непривычного решения. Раскрыть главный мета-алгоритм AURA.

Темы лекций:

- Лекция 7.1. Почему люди покупают — психология решения о покупке.
- Лекция 7.2. Мозг как инвестор: аллостаз, дофаминовые петли, обработка оффера vs цены.
- Лекция 7.3. Внутренний наратор и конфабуляция.
- Лекция 7.4. Эмоции = вычленение смысла + мотивация к действию.
- Лекция 7.5. 90% действий автоматичны — нельзя спрашивать «почему» в лоб.
- Лекция 7.6. Основы коммуникации продукта.
- Лекция 7.7. Семь факторов конверсии, барьер к работе vs к решению, формулы онлайнера и креатива.
- Лекция 7.8. Низкая конверсия продукта: почему и что с этим делать.
- Лекция 7.9. Семь механик роста конверсии, баланс обещаний и костов, сдвиг ага-момента раньше.
- Лекция 7.10. Как продать людям новое непривычное решение.
- Лекция 7.11. Стратегия авторитетного источника.
- Лекция 7.12. Загрузка активирующего знания делом, не словами.
- Лекция 7.13. Выход на предыдущую работу в критической цепочке.
- Лекция 7.14. Стратегия первых продаж любыми способами (10–40 платежей).

Воркшопы:

- Воркшоп №8 (парный). Учимся писать текст лендинга и коммерческого предложения. Применение ценностного предложения на реальном тексте лендинга или КП.
- Воркшоп №9 (индивидуальный, финальный). Систематизируем все стратегии и осваиваем главный алгоритм создания продуктов. Раскрытие мета-алгоритма: 11 типовых бизнес-задач × 34 механики, RICE-ранжирование, финальная диагностика продукта.

Форма контроля: тест по итогам модуля (15 вопросов, зачёт с 70%).

8. Формы аттестации и оценочные материалы

8.1. Виды контроля

- Текущий контроль — тесты по итогам каждого модуля (7 тестов).
- Промежуточная аттестация — выполнение практических заданий на воркшопах (зачёт/незачёт по работе на воркшопе).
- Итоговая аттестация — итоговый тест и защита кейса.

8.2. Структура итоговой аттестации

Итоговая аттестация состоит из двух частей:

Часть 1. Итоговый тест. 40 вопросов с закрытыми ответами по всем модулям программы. Время выполнения — 90 минут. Зачётный порог — 70% правильных ответов. Тест проходит в LMS, при необходимости — с прокторингом.

Часть 2. Защита итогового кейса. Слушатель готовит продуктовую стратегию для выбранного продукта (своего или предложенного из библиотеки кейсов) и защищает её перед комиссией в формате видеоконференции (ВКС).

8.3. Содержание итогового кейса

Кейс выполняется письменно в формате документа объёмом 8–15 страниц и включает:

1. Описание продукта и его текущего контекста.
2. Граф работ для целевой аудитории (AJTBD).
3. Сегментация по работам с применением скоринга (частотность, важность, размер, неудовлетворённость, WTP).
4. Оценка юнит-экономики выбранного сегмента, расчёт целевой маржи.
5. Формулировка ценностного предложения на языке джобов.
6. RAT-карта: рискованные предположения и план их проверки.
7. Дорожная карта запуска или роста (трекшн-карта).
8. Применение мета-алгоритма AURA: какие из 11 типовых задач и 34 механик применимы; RICE-ранжирование.
9. Финальная диагностика: синхронизирована ли стратегия, граф работ, сегменты, ценность.

8.4. Критерии оценки итогового кейса

Защита кейса оценивается по шкале «зачтено / не зачтено» по совокупности критериев:

- Корректное применение методологии AJTBD (граф работ построен правильно, выделены типы и свойства работ).
- Реалистичная сегментация: предложенные сегменты соответствуют признакам реальной сегментации.
- Расчёт юнит-экономики выполнен и обоснован.
- Ценностное предложение сформулировано на языке джобов.
- RAT-карта содержит ранжированные предположения и измеримые планы проверки.
- Слушатель защищает свои решения в ответах на вопросы комиссии.

Решение «зачтено» выставляется при выполнении не менее 5 из 6 критериев и наличии положительного решения по итоговому тесту ($\geq 70\%$).

8.5. Состав комиссии

Комиссия по итоговой аттестации формируется приказом директора ООО и включает не менее трёх человек: ведущий преподаватель программы, второй преподаватель программы, представитель администрации образовательного подразделения.

8.6. Пересдача

При получении «не зачтено» слушатель имеет право на одну пересдачу в течение 30 дней после первоначальной попытки. Порядок пересдачи определяется Положением об итоговой аттестации.

8.7. Примеры тестовых заданий (фрагмент)

Примеры вопросов для текущего и итогового тестирования (полный фонд тестовых заданий — в отдельном приложении к программе):

1. Что такое «активирующее знание» в методологии AJTBD?

- А) Список вопросов для интервью, активирующих эмоциональный отклик.
- Б) Знание, которое запускает работу в голове клиента и переводит её в активное состояние.
- В) Часть юнит-экономики, отражающая активацию пользователя в продукте.
- Г) Способ структурирования графа работ.

Правильный ответ: Б.

2. Что такое RAT-фреймворк?

- А) Метод количественной валидации JTBD-исследований.
- Б) Способ ранжирования сегментов по WTP.
- В) Алгоритм дешёвой проверки рискованных предположений при запуске нового продукта.
- Г) Подход к UX-тестированию интерфейса.

Правильный ответ: В.

3. Какие признаки указывают на ложную сегментацию (выберите все верные)?

- А) Сегменты различаются демографически, но имеют одинаковые работы.
- Б) Сегменты различаются работами и неудовлетворённостями.
- В) Все сегменты имеют одинаковую WTP.
- Г) Сегмент описывается только характеристиками клиента, без указания работы.

Правильные ответы: А, В, Г.

9. Организационно-педагогические условия

9.1. Материально-техническое обеспечение

Программа реализуется с применением исключительно электронного обучения и дистанционных образовательных технологий (ст. 16 ФЗ-273). Материально-техническое обеспечение в виде учебных помещений не требуется (подп. «а» п. 7 Постановления Правительства РФ № 1490 — для программ с исключительно ЭО/ДОТ).

9.2. ЭИОС (электронная информационно-образовательная среда)

Реализация программы обеспечивается ЭИОС, включающей:

- Платформу обучения (LMS) — для размещения видеолекций, методических материалов, тестов, отслеживания прогресса.
- Сервис видеоконференцсвязи — для проведения воркшопов и итоговой защиты.
- Личный кабинет слушателя — с историей обучения, оценками, выданным сертификатом.
- Личный кабинет преподавателя — с инструментами проверки заданий и обратной связи.
- Хранилище записей воркшопов с разграничением доступа.
- Электронные ресурсы по каждому модулю — лекции, задания, тесты, дополнительные материалы.

Описание ЭИОС утверждается отдельным приказом — Положение об ЭИОС.

9.3. Кадровое обеспечение

Преподавательский состав формируется в соответствии с подп. «г» п. 7 Положения о лицензировании (Постановление Правительства РФ № 1490) и ст. 46 ФЗ-273. К реализации программы привлекаются педагогические работники, имеющие профессиональное образование, соответствующую квалификацию и стаж работы, необходимый для преподавания.

Ключевые преподаватели программы:

- Иван Замесин — автор методологии AURA, AJTBD, ведущий курса. Высшее образование, опыт в продакт-менеджменте и продуктовом консалтинге — более 10 лет. Ведёт основной курс и большинство воркшопов.
-

Документы каждого преподавателя (дипломы, подтверждение стажа, договоры) хранятся в личных делах и предоставляются в составе заявления на лицензирование.

9.4. Информационное обеспечение

Рекомендованные источники для слушателей:

- Clayton M. Christensen et al. «Competing Against Luck» — основы Jobs To Be Done.
- Tony Ulwick «Jobs To Be Done: Theory to Practice».
- Bob Moesta, Greg Engle «Demand-Side Sales 101».
- Материалы по юнит-экономике (открытые лекции, статьи).
- Sean Ellis, Morgan Brown «Hacking Growth».
- Andrew Chen «The Cold Start Problem».

- Авторские материалы и публикации Ивана Замесина (producthowto.ru, telegram-канал @teamzamesin).
- Гайды AJTBD-интервью, демо-записи интервью, шаблоны графов работ — в LMS курса.

9.5. Требования к слушателю

Для прохождения программы слушатель должен иметь:

- Доступ к компьютеру с устойчивым интернет-соединением.
- Микрофон и веб-камеру — для участия в воркшопах и итоговой защите.
- Действующий e-mail и контактный телефон.
- Заключённый с ООО договор об оказании платных образовательных услуг.

10. Методические материалы

10.1. Материалы для слушателей

- Видеозаписи лекций (~30 единиц) — размещаются в LMS, доступны асинхронно.
- Конспекты и презентации к лекциям — выкладываются в LMS.
- Гайды AJTBD-интервью.
- Демо-записи AJTBD-интервью (4 формата: частотная работа B2C, последовательная работа B2C, поиск сегмента B2B, эмоциональный контакт).
- Глоссарий метрик и терминов юнит-экономики.
- Шаблоны: граф работ, RAT-карта, трекшн-карта, скоринг сегментов, карта приоритизации 2D.
- Чек-листы по каждому воркшопу.
- Библиотека кейсов для итоговой работы.

10.2. Материалы для преподавателей

- Методические рекомендации по проведению каждого воркшопа: сценарий, критерии оценки активности слушателей, частые ошибки и как их разбирать.
- Эталонные решения по каждому из 9 воркшопов.
- Список типовых вопросов слушателей и эталонных ответов.
- Полный фонд оценочных средств: банк тестовых заданий по каждому модулю + банк итоговых тестов.
- Шаблон оценочного листа для защиты итогового кейса.

10.3. Структура одного занятия (воркшопа)

Типовой воркшоп длится 2 академических часа (90 минут чистого времени) и строится по следующей схеме:

10. Введение (10 минут): цель воркшопа, регламент.
11. Разбор теоретического материала на сквозном кейсе (20 минут).
12. Практическая работа слушателей в малых группах или индивидуально (40 минут).
13. Презентация результатов и разбор с преподавателем (20 минут).
14. Подведение итогов и постановка задач для самостоятельной работы (10 минут).

11. Документ об освоении программы

По итогам успешного прохождения программы слушатель получает сертификат об освоении дополнительной общеразвивающей программы «Как делать продукт». Форма сертификата устанавливается приказом ООО (ч. 15 ст. 60 ФЗ-273).

Обязательные реквизиты сертификата:

- ФИО слушателя.
- Наименование программы.
- Объём программы (108 академических часов).
- Период обучения (даты начала и окончания).
- Решение по итоговой аттестации.
- Регистрационный номер сертификата.
- Дата выдачи.
- Печать ООО, подпись директора (или иного уполномоченного лица).

Сертификат формируется в электронном виде, при необходимости — на бумажном бланке. Информация о выдаче фиксируется в журнале выдачи документов об обучении (электронный реестр в LMS).

Лицам, не прошедшим итоговую аттестацию, выдаётся справка о прохождении части программы (форма утверждается приказом ООО) — Приказа Минпросвещения России № 629 от 27.07.2022.

Программа разработана в соответствии с п. 9 ст. 2, ст. 75 ФЗ-273 «Об образовании в Российской Федерации», Приказом Минпросвещения России № 629 от 27.07.2022 и Постановлением Правительства РФ № 1490 от 18.09.2020. Учебно-методическая основа курса — авторская методология Ивана Замесина (Замесин Академия).