

Автономная некоммерческая образовательная организация
высшего образования «Контур Университет»

УТВЕРЖДАЮ

Ректор

Б. Б. Славин

«25» 11 2025 г.



**Рабочая программа дисциплины
«РЫНОЧНЫЙ АНАЛИЗ»**

(дополнительная профессиональная программа
повышения квалификации «Управление ИТ-продуктом»)

Екатеринбург 2025

Содержание рабочей программы дисциплины

1. Цели освоения дисциплины:

- Освоить методы анализа рыночных трендов, конкурентов и потребностей клиентов для формирования успешных продуктовых стратегий.
- Научиться принимать обоснованные решения на основе данных о рынке, пользователях и продукте.
- Развить умение выявлять конкурентные преимущества и позиционировать ИТ-продукт на рынке.

2. Задачи:

- Изучить инструменты анализа рынка (SWOT, PESTEL, Porter's 5 Forces, TAM/SAM/SOM).
- Освоить методы сбора и анализа данных (опросы, интервью, аналитика, метрики).
- Научиться идентифицировать целевую аудиторию и сегментировать рынок.
- Разработать навыки конкурентного анализа (бенчмаркинг, мониторинг конкурентов).
- Практиковаться в прогнозировании рыночных трендов и оценке рисков.
- Создать план рыночного анализа для конкретного ИТ-продукта (на примере кейсов).
- Научиться презентовать результаты анализа для обоснования продуктовых решений

3. Компетенции, формируемые в результате освоения учебной дисциплины, и ожидаемые результаты:

Перечень компетенций (с учетом профессионального стандарта):

Код	Наименование компетенции
<i>ПК 1</i>	<i>Анализ целевой аудитории и рынка</i>
<i>ПК 2</i>	<i>Построение и управление бизнес-моделью ИТ-продукта</i>
<i>ПК 3</i>	<i>Управление ИТ-продуктом и его функциональностью</i>
<i>ПК 6</i>	<i>Управление продажами ИТ-продукта</i>
<i>ЛДК 1</i>	<i>Комплексное мышление</i>

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Знать:

- Основы рыночного анализа: ключевые концепции (SWOT, PESTEL, Porter's 5 Forces, TAM/SAM/SOM).
- Методы сегментации рынка и определения целевой аудитории.
- Принципы конкурентного анализа и позиционирования продукта.
- Основные метрики и KPI для оценки рынка и продукта (CAC, LTV, ARPU и др.).
- Тренды и особенности IT-рынка, включая специфику SaaS, B2B, B2C.

Уметь:

- Проводить качественный и количественный анализ рынка (опросы, интервью, аналитика данных).
- Идентифицировать потребности пользователей и формировать пользовательские персоны.
- Анализировать конкурентов (их продукты, ценовые стратегии, сильные и слабые стороны).
- Прогнозировать рыночные тренды и оценивать риски.
- Разрабатывать стратегии входа на рынок и позиционирования продукта.
- Формулировать гипотезы на основе данных и проверять их.
- Презентовать результаты анализа стейкхолдерам, обосновывая продуктовые решения.

Владеть:

- Инструментами анализа данных: Excel, Google Sheets, Tableau, Power BI или аналогами.
- Платформами для исследования рынка: Statista, SimilarWeb, Google Trends, SEMrush или их аналогами.
- Навыками работы с аналитическими отчетами и базами данных (например, CRM-системы).
- Техниками визуализации данных для подготовки убедительных презентаций (PowerPoint, Canva или их аналогами).
- Базовыми навыками работы с продуктами для управления проектами (Jira, Trello, Notion или их аналогами).

4. Структура и содержание дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины составляет 24 часа, форма аттестации – зачет.

№ п/п	Перечень тем	Виды учебной работы				Коды формируемых компетенций	Формы текущего контроля
		Лекции	Практ. занятия	СРС	Всего часов		
1.	Формулируем гипотезу и HADI-цикли	2	1	2	4	ПК 1 ЛДК 1	1. Контроль работы обучающихся на занятиях
2.	Рассчитываем емкость рынка и сегмента для B2B и B2C (РАМ, ТАМ, SAM, SOM)	3	1	4	9	ПК 1 ПК 2 ПК 3 ЛДК 1	1. Контроль работы обучающихся на занятиях; 2. Контроль СРС
3.	Анализируем существующие решения и конкурентов	3	2	5	11	ПК 1 ПК 2 ПК 3 ДК 1	1. Контроль участия в совместной работе группы; 2. Контроль выполнения индивидуальных заданий
	Промежуточная аттестация (зачет)				1		
	Итого:	8	4	11	24		

5.Образовательные технологии

Лекционные занятия проводятся в традиционной форме с использованием презентационного материала и мультимедийного оборудования в ауди тории интерактивных методов обучения, проблемных и интерактивных лекций, лекций-дискуссий. Практические занятия проводятся в традиционной форме, а также в формах проблемных семинаров, «методов круглого стола», методов анализа конфликтных ситуаций, психологических тренингов. Самостоятельная работа включает подготовку к лекционным и практическим/семинарским занятиям, а также проведение самостоятельных исследований рынка.

6.Оценочные средства для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины.

Перечень видов оценочных средств:

1. Контрольные вопросы к зачету
2. Темы письменных работ
3. Кейсы/практические ситуации

Контроль результатов освоения дисциплины является формой управления качества образования. Контроль результатов освоения дисциплины осуществляется в виде текущего контроля и промежуточной аттестации (зачета).

Система текущего контроля включает:

1. Контроль работы обучающихся на лекционных и практических занятиях;
2. Контроль участия в совместной работе группы;
3. Контроль выполнения индивидуальных заданий;
4. Контроль выполнения обучающимися заданий для самостоятельной работы.

Промежуточная аттестация осуществляется в виде зачета, который проводится в устной форме.

Задачи промежуточной аттестации:

1. Определить общий уровень освоения дисциплины в целом;
2. Определить уровень основных знаний по каждой теме курса;
3. Объективизировать результат контроля, минимизировать возможную субъективность преподавателя.

Контрольные вопросы к зачету

1. Что такое ТАМ, SAM и SOM, и как эти метрики используются при анализе рынка?
2. Назовите основные этапы проведения рыночного анализа для ИТ-продукта.
3. Какие инструменты вы используете для проведения SWOT-анализа? Приведите пример.
4. Каковы ключевые различия между качественными и количественными методами анализа рынка?
5. Как определить целевую аудиторию продукта? Опишите процесс сегментации рынка.
6. Какие факторы учитываются при применении модели Porter's 5 Forces для ИТ-рынка?
7. Как провести конкурентный анализ? Назовите 3 инструмента для мониторинга конкурентов.
8. Что такое пользовательская персона, и как она помогает в рыночном анализе?
9. Какой подход вы выберете для прогнозирования рыночных трендов? Обоснуйте.
10. Какие метрики вы будете использовать для оценки рыночного потенциала SaaS-продукта?

11. Как данные из Google Trends или SimilarWeb могут повлиять на продуктовую стратегию?
12. Опишите, как PESTEL-анализ помогает в оценке внешней среды IT-рынка.
13. Как обосновать выбор ценовой стратегии на основе рыночного анализа?
14. Какие риски могут быть выявлены при анализе рынка, и как их минимизировать?
15. Как подготовить и представить результаты рыночного анализа стейкхолдерам?

Темы письменных работ

1. Анализ рынка для нового SaaS-продукта: определение ТАМ, SAM, SOM и целевой аудитории.
2. Сравнительный анализ конкурентов в выбранной нише IT-рынка: сильные и слабые стороны, стратегии.
3. Разработка плана рыночного анализа для запуска мобильного приложения в B2C-сегменте.
4. Применение модели Porter's 5 Forces для оценки конкурентной среды в облачных технологиях.
5. Прогнозирование рыночных трендов в индустрии EdTech на основе данных аналитики.
6. Создание пользовательских персон для IT-продукта: сегментация и анализ потребностей.
7. SWOT-анализ для существующего IT-продукта: выявление возможностей и угроз.
8. Оценка влияния макроэкономических факторов (по PESTEL) на стратегию fintech-продукта.
9. Разработка ценовой стратегии для нового IT-продукта на основе конкурентного анализа.
10. Обоснование входа на новый рынок: анализ рисков и возможностей для IT-стартапа.

Кейсы/практические ситуации

1. Запуск SaaS-продукта для управления проектами
Ситуация: Стартап планирует выпустить новый SaaS-продукт в нише управления проектами (конкуренты: Asana, Trello). Рынок насыщен, но есть потенциал в малом бизнесе.
Задача: Провести конкурентный анализ, определить целевую аудиторию и предложить позиционирование. Какие метрики (CAC, LTV) использовать для оценки рынка? Какие инструменты помогут собрать данные (SimilarWeb, Google Trends)?

Обсуждение: Сегментация, выбор ниши, конкурентные преимущества, визуализация данных.

2. Выход на международный рынок для EdTech-приложения

Ситуация: EdTech-платформа для изучения языков хочет выйти на рынок

Юго-Восточной Азии. Данные показывают рост спроса на онлайн-обучение, но культурные различия велики.

Задача: Применить PESTEL-анализ для оценки внешней среды. Определить риски и возможности. Как адаптировать продукт под целевую аудиторию?

Обсуждение: Анализ макрофакторов, локализация продукта, приоритизация рынков.

3. Анализ конкурентов для fintech-стартапа

Ситуация: Fintech-стартап разрабатывает приложение для микрокредитования и конкурирует с крупными игроками (например, Revolut). Нужно выделиться на рынке.

Задача: Используя SWOT и Porter's 5 Forces, проанализировать конкурентов и предложить стратегию позиционирования. Какие данные (отзывы, ценовые модели) собрать и где (SEMrush, App Store)?

Обсуждение: Конкурентные стратегии, уникальное ценностное предложение, KPI.

7. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины (модуля)

7.1 Основная литература

1. Стребулаев И., Данг А. Венчурное мышление. 9 принципов роста бизнеса в любых условиях. М: МИФ, 2025.
2. Кэган М. Inspired. Как создавать продукты, которые нравятся пользователям. М: Манн, Иванов и Фербер, 2018.
3. Уэлен Дж. Дизайн пользовательского опыта. Как создать продукт, который ждут. М: МИФ, 2021.
4. Рис Э. Бизнес с нуля. Метод Lean Startup для быстрого тестирования идей и выбора бизнес-модели. М: Альпина Паблишер, 2018.
5. Тиль П. От нуля к единице: Как создать стартап, который изменит будущее. М: Альпина Паблишер, 2021.
6. Кристенсен К., Холл Т., Диллон К., Дункан Д. Закон успешных инноваций. Зачем клиент «нанимает» ваш продукт и как знание об этом помогает новым разработкам Альпина Паблишер, 2019.
7. Кнапп Д., Зератски Д., Ковиц Б. Спринт. Как разработать и протестировать новый продукт всего за пять дней. М: Альпина Паблишер, 2018.

7.2 Дополнительная литература

1. Калбах Д. Путь Клиента. М: МИФ, 2024.
2. Аллен С., Дью Р. Клиентский опыт: Как вывести бизнес на новый уровень. М: Альпина Паблишер, 2021.
3. Балахнин И. Найден более быстрый маршрут. Найден более быстрый маршрут. Применение карт путешествия потребителя для повышения продаж и лояльности. Теперь и в B2B. М: Альпина PRO, 2022.
4. Фейдер П., Томс С. Клиентоцентричность. Как выстраивать отношения с клиентами, чтобы они сами продавали за вас. М: Альпина

Паблишер, 2020.

5. Трез М., Вирсема Ф. Это клиент, детка! Как сделать бизнес клиентоориентированным. М: Манн, Иванов и Фербер, 2019.
6. Тидвелл Д. Интерфейс пользователя. Искусство и наука СПб: Питер, 2019.
7. Рис Э. Создавая прорывные продукты. М: Альпина Паблишер, 2013.
8. Сазерленд Д. Scrum. Революционный метод управления проектами. Любое издание.
9. Готтелф Д., Сейден Д. Пользовательский опыт. Как создать продукт, который ждут. М: Манн, Иванов и Фербер, 2017.
10. Браун Т. Дизайн-мышление в бизнесе. От разработки новых продуктов до проектирования бизнес-моделей. М: Альпина Паблишер, 2018.
11. Шей Т. Доставляя счастье. От нуля до миллиарда. М: Манн, Иванов и Фербер, 2013.

7.3 Электронные учебные издания и электронные образовательные ресурсы, включая открытые интернет-ресурсы

1. Google Trends (trends.google.com)

Анализ популярности запросов и трендов для оценки спроса и рыночных тенденций.

2. SimilarWeb (similarweb.com)

Бесплатные инструменты для анализа трафика сайтов конкурентов и рыночных сегментов.

3. Statista (statista.com)

Доступ к статистике и отчётом по отраслям IT, fintech, EdTech и другим рынкам.

4. SEMrush (semrush.com)

Бесплатные функции для анализа конкурентов, ключевых слов и рыночных трендов.

5. Crunchbase (crunchbase.com)

Данные о стартапах, инвестициях и рыночных игроах для конкурентного анализа.

6. CB Insights (cbinsights.com)

Отчёты и статьи о рыночных трендах в IT, AI, fintech и других индустриях.

7. Product Hunt (producthunt.com)

Платформа для изучения новых IT-продуктов и анализа их позиционирования.

8. App Annie (data.ai) (data.ai)

Анализ мобильных приложений, рейтингов и пользовательских предпочтений.

9. Hootsuite Blog (blog.hootsuite.com)

Статьи о digital-маркетинге, трендах и аналитике социальных сетей.

10. McKinsey & Company Insights (mckinsey.com/insights)

Бесплатные отчёты и статьи о рыночных стратегиях и инновациях в IT.

7.4 Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение, в том числе отечественного производства

Программное обеспечение:

- Офисная система LibreOffice
- Программы для визуализации – Холст
- Программы для работы с табличными, аналитическими инструментами и обработки данных – LibreOffice
- Информационные сервисы и инструменты для исследований – Yandex Forms
- Система видео-конференц связи Контур.Толк
- Программа, предназначенная для создания, проведения, администрирования учебных курсов Контур.Класс
- 1С:Университет ПРОФ
- Среда электронного обучения 3LK (русский Moodle)

7.5. Перечень профессиональных баз данных и информационных справочных систем

Не используются.

8 МТО (оборудование и технические средства обучения)

Учебные аудитории для проведения учебных занятий, предусмотренных программой, оснащенные оборудованием и техническими средствами обучения:

Адрес (местоположение) учебных аудиторий	Перечень оборудования и технических средств обучения
620014, Свердловская область, г.о. город Екатеринбург, г Екатеринбург, пр-кт Ленина, стр. 20а, этаж № 5, кабинет № 3 площадью 66,2 м ² в помещении 501	Стол – 13 шт. Стул – 25 шт. ПК (с возможностью подключения к сети «Интернет») – 1 шт. Телевизор (75") – 1 шт. Беспроводная система презентаций – 1 шт. Спикерфон – 1 шт.
620014, Свердловская область, г.о. город Екатеринбург, г Екатеринбург, пр-кт Ленина, стр. 20а, этаж № 5, кабинет № 19 площадью 31,7 м ² в помещении 501	Стол – 7 шт. Стул – 13 шт. ПК (с возможностью подключения к сети «Интернет») – 1 шт. Магнитно-маркерная доска – 1 шт. Телевизор (75") – 1 шт.
620014, Свердловская область, г.о. город Екатеринбург, г Екатеринбург, пр-кт Ленина, стр. 20а, этаж № 5, кабинет № 21 площадью 35,6 м ² в помещении 501	Стол – 7 шт. Стул – 13 шт. ПК (с возможностью подключения к сети «Интернет») – 1 шт. Магнитно-маркерная доска – 1 шт. Телевизор (75") – 1 шт.

Помещение для самостоятельной работы обучающихся, оснащенное компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа к электронной информационно-образовательной среде университета:

Адрес (местоположение) помещения для самостоятельной работы обучающихся	Перечень компьютерной техники и оборудования
620014, Свердловская область, г.о. город Екатеринбург, г Екатеринбург, пр-кт Ленина, стр. 20а, этаж № 5, кабинет № 5 площадью 44,3 м ² в помещении 501	ПК (ноутбук) – 9 шт. Стол – 11 шт. Стул – 11 шт.

9 Методические указания для преподавателя

Учебный курс предполагает лекционные и практические занятия. При проведении аудиторных занятий с целью формирования и развития профессиональных навыков обучающихся используются следующие образовательные технологии:

- Практико-ориентированные методы: кейс-стади, деловые игры, проектная деятельность, имитационное моделирование.
- Интерактивные технологии: проблемное обучение, групповые дискуссии, метод мозгового штурма.
- Рефлексивные подходы: анализ кейсов из практики, ведение профессиональных дневников, обратная связь.
- Контекстное обучение: моделирование профессиональных ситуаций, решение реальных задач из практики.

Эффективности самостоятельной работы обучающихся будет способствовать использование технологий организации самостоятельной работы, в основе которой – работа в малых группах. технологии выработки индивидуального стиля (создание и презентация собственных знаний умений и навыков организации научного исследования). Занятия, проводимые в интерактивной форме, в том числе с использованием образовательных технологий, составляют около 70% от общего количества аудиторных занятий.

В целях реализации индивидуального подхода к обучению обучающихся, осуществляющих учебный процесс по собственной траектории в рамках индивидуального рабочего плана, изучение данной дисциплины базируется на следующих возможностях: обеспечение внеаудиторной работы со обучающимися в том числе в электронной образовательной среде с использованием соответствующего программного оборудования, дистанционных форм обучения, возможностей интернет-ресурсов, индивидуальных консультаций и т.д.

9.1. Методические рекомендации при проведении лекций

Лекции являются одним из основных методов обучения по дисциплине. Главной задачей каждой лекции является раскрытие сущности темы и анализ ее основных положений. Рекомендуется на первой лекции довести до внимания обучающихся структуру дисциплины и его разделы, а в

далнейшем указывать начало каждого раздела (модуля), суть и его задачи, а, закончив изложение, подводить итог по этому разделу, чтобы связать его со следующим. Содержание лекций определяется настоящей рабочей программой дисциплины. Для эффективного проведения лекционного занятия рекомендуется соблюдать последовательность ее основных этапов:

1. формулировку темы лекции;
2. указание основных изучаемых разделов или вопросов и предполагаемых затрат времени на их изложение;
3. изложение вводной части;
4. изложение основной части лекции;
5. краткие выводы по каждому из вопросов;
6. заключение;
7. рекомендации литературных источников по излагаемым вопросам.

Остановимся на краткой характеристике каждого из лекционных этапов. Начальный этап каждого лекционного занятия – оглашение основной темы лекции с краткой аннотацией предлагаемых для изучения вопросов. Преподаватель должен сообщить о примерном плане проведения лекции и предполагаемом распределении бюджета времени. Если очередное занятие является продолжением предыдущей лекции, необходимо кратко сформулировать полученные ранее результаты, необходимые для понимания и усвоения изучаемых вопросов. В вводной части достаточно кратко характеризуется место и значение данной темы в курсе, дается обзор важнейших источников и формулируются основные вопросы или задачи, решение которых необходимо для создания стройной системы знаний в данной предметной области. В этой части лекции демонстрируются основные педагогические методы, которые будут использоваться при изложении материала и устанавливается контакт с аудиторией. Основная часть лекции имеет своей целью раскрытие содержания основных вопросов или разделов и определяется логической структурой плана лекции. При этом используются основные педагогические способы изложения материала: описание-характеристика, повествование, объяснение и др.

Преподаватель должен также умело использовать эффективные методические приемы изложения материала – анализ, обобщение, индукцию, дедукцию, противопоставления, сравнения и т.д., обеспечивающие достаточно высокий уровень качества учебного процесса. В заключительной части лекции проводят обобщение наиболее важных и существенных вопросов, делаются выводы, формулируются задачи для самостоятельной работы обучающихся и указывается рекомендуемая литература. Оставшееся время используют для ответов на вопросы, задаваемые обучающимися, и для возможной дискуссии о содержании лекции.

Практические занятия – метод обучения, обеспечивающий связь теории и практики содействующий выработке у обучающихся умений и навыков применения знаний, полученных на лекции и в ходе самостоятельной работы. Практические занятия представляют собой занятия по решению различных

прикладных задач, образцы которых были даны на лекциях. В итоге у каждого обучающегося должен быть выработан определенный профессиональный подход к решению каждой задачи. Практические занятия по курсу могут проводиться в различных формах. Характерным для гуманитарных курсов видом заданий является анализ текстов с результатами исследований и их обсуждение. Рекомендуются активные формы занятий такие как дискуссия деловая игра, тренинг. Преподавателю важно давать задания в соответствии с возможностями обучающихся на данной стадии обучения, чтобы обеспечить им уверенность в своих силах. Практическое занятие должно опираться на известный теоретический материал, который изложен или на который дана соответствующая ссылка в лекции. Практическое занятие должно быть нацеленным на формирование определенных умений и закрепления определенных навыков, поэтому цель занятия должна быть заранее известна и понятна преподавателю и обучающимся. Лучше иметь сформулированные в письменном виде цель, задачи, содержание и последовательность занятия, ожидаемый результат.

10 Методические указания для обучающихся

Для успешного освоения учебного материала обучающимся рекомендуется ознакомиться с рабочей программой, целями и задачами дисциплины, её связями с другими дисциплинами образовательной программы. Также рекомендуется изучить основную и дополнительную литературу, перечень заданий. Перед лекцией просматривать конспект предыдущей лекции для более глубокого восприятия материала. При подготовке к практическим занятиям изучить основную литературу, ознакомиться с дополнительной и методической литературой, учесть рекомендации преподавателя. Важно также опираться на конспекты лекций. В ходе занятий вести конспектирование учебного материала, обращать внимание на категории, формулировки, раскрывающие содержание тех или иных понятий, явлений и процессов, научные выводы и практические рекомендации по их применению. При пропуске занятия самостоятельно изучить материал и предоставить преподавателю отчёт по пропущенной теме в часы индивидуальных консультаций. При подготовке к текущей аттестации тщательно изучать материал по блокам тем, акцентировать внимание на определениях, терминах, содержании понятий. Для этого рекомендуется использовать основную литературу, а также конспекты лекций, составленные в ходе изучения всей дисциплины. При подготовке к промежуточной аттестации в дополнение к изучению конспектов лекций, словарей, учебных пособий, целесообразно пользоваться учебной литературой, рекомендованной к программе, и электронными ресурсами. При подготовке к зачёту или экзамену организовать учёбу так, чтобы все виды работ и заданий, предусмотренные рабочей программой, были выполнены в срок. Основное в подготовке — это повторение всего материала учебной дисциплины.