



Академия АйТи
a Softline Company



Продуктовая аналитика

Код курса: РА-40

Продуктовая аналитика

Код курса: PA-40

Длительность	40 ак. часов
Формат	
Разработчик курса	Академия АйТи
Тип	Учебный курс
Способ обучения	Под руководством тренера

О курсе

Курс научит вас превращать сырые данные о поведении пользователей в решения, которые растят продукт и выручку. Вы освоите весь цикл работы аналитика: от постановки гипотез и выбора метрик до проведения A/B-тестов, визуализации результатов в Power BI и аргументированного обоснования бизнес-решений перед командой. Практическая часть основана на real-case заданиях: сегментируете аудиторию, построите дашборд ключевых показателей, проанализируете когортный LTV и защитите финальный проект. По окончании вы сможете говорить с продакт-менеджерами на одном языке и уверенно принимать data-driven решения.

Подробная информация

Профиль аудитории:

Начинающие и действующие продуктовые аналитики, junior-продакт-менеджеры, маркетологи и разработчики, которым нужно понимать, как данные превращаются в продуктовые решения. Опыт работы в IT желателен, но не обязателен.

Предварительные требования:

- Уверенный пользователь ПК, базовое владение Excel/Google Sheets.
- Школьный уровень математики (проценты, средние значения).
- Желательно: представление о жизненном цикле цифрового продукта и элементарный английский (чтение документации).

По окончании курса слушатели смогут:

- Формулировать продуктовые гипотезы и выбирать ключевые метрики (DAU/MAU, LTV, Retention и др.).
- Самостоятельно собирать и очищать данные в Python (Pandas) и визуализировать их в Power BI.
- Планировать и анализировать A/B-тесты, оценивать статистическую значимость результатов.
- Интерпретировать когортный и сегментный анализ, выявлять точки роста продукта.
- Подготавливать краткие data-driven рекомендации и защищать их перед командой.

Программа курса

Модуль 1. Введение в продуктовую аналитику

- Роль продуктового аналитика в команде.
- Задачи и цели продуктовой аналитики.
- Взаимодействие с продакт-менеджерами, маркетологами и разработчиками.

Модуль 2. Жизненный цикл продукта

- Этапы жизненного цикла продукта: концепция, MVP, запуск, рост, зрелость.
- Методы и подходы к тестированию гипотез на разных стадиях продукта.
- Роль аналитики на каждом этапе жизненного цикла, Ad-Нос запросы

Модуль 3. Основные метрики продукта

- Метрики вовлеченности пользователей DAU (Daily Active Users), MAU (Monthly Active Users), Retention rate (удержание пользователей), Churn rate (коэффициент оттока), CAC (стоимость привлечения)
- Метрики прибыли LTV (Lifetime Value) и ARPU (Average Revenue Per User), ARPPU (Average Revenue Per Paying User), AOV (Average Order Value)
- Когортный анализ.
- Важность метрик для оценки успешности продукта.

Модуль 4. Продуктовые исследования

- Качественные исследования: Интервью, Фокус-группы, создание Customer Personas, тестирование MVP (Minimum Viable Product)
- Количественные исследования: анкетирование, A/B-тесты, кластеризация, веб-аналитика и ее метрики
- Методы исследования потребностей пользователей: метод СОПРАНО, техника СПИН, анализ SEO

Модуль 5. Анализ пользовательского поведения

- Сегментация аудитории: социально-демографическая, психографическая, поведенческая, по жизненному циклу, RFM-анализ, метод 5W, когортный анализ
- Путь клиента CJM (Customer journey map), этапы пути и точки касания
- Анализ показателей конверсий в воронке продаж, оценка ROI (Return on Investment) и ROMI (Return on Marketing Investment)
- Сегментация пользователей с помощью алгоритмов кластеризации (K-Means, метод локтя).

Модуль 6. Работа с данными в Python

- Основы Python для аналитиков:
 - Работа с данными: обработка, фильтрация, очистка.
 - Основы синтаксиса, функции, циклы, работа с файлами (CSV, Excel).
- Pandas: манипуляция с данными (фильтрация, сортировка, агрегация).
- NumPy: работа с массивами данных и математическими операциями.
- Использование Matplotlib и Seaborn для визуализации данных.
- Прогнозирование показателей удержания, оттока, конверсии с помощью Scikit-learn

Модуль 7. Визуализация данных в PowerBI

- Моделирование данных с помощью PowerQuery и PowerPivot
- Язык запросов M, язык формул DAX
- Построение дашбордов. Настройка свойств визуализации. Связи визуализаций. Пользовательские визуализации Power BI
- Визуализации, ориентированные на интеллектуальный анализ данных (data mining). Визуализации R и Python.

Модуль 8. Статистический анализ

- Основные понятия теории вероятностей, понятие статистической гипотезы и уровня значимости, источники данных
- Основные метрики, статистические критерии, доверительные интервалы
- Регрессионный анализ: линейная регрессия, множественный регрессионный анализ, коэффициенты регрессии и детерминации
- Корреляционный анализ, дисперсионный анализ (ANOVA) с одним, двумя и более факторами

Модуль 9. A/B тестирование и эксперименты

- A/B, A/A, A/B/n тестирования
- Планирование, проведение и интерпретация результатов тестов, основные ошибки.
- Методы обработки результатов, методы расчетов, оценка статистической значимости
- Выводы на основе экспериментов и принятие решений, бизнес-смысл тестов.

Модуль 10. Принятие решений на основе данных

- Построение гипотез и их тестирование.
- Приоритизация задач на основе данных.
- Принятие бизнес-решений на основе аналитики и выводов.

[Посмотреть расписание курса и записаться на обучение](#)

Обращайтесь по любым вопросам

к менеджерам Академии АйТи

+7 (495) 150 96 00 | academy@academyit.ru