

Магистратура НИУ ВШЭ

**По data-driven управлению
продуктом и маркетингом**

**«Цифровые коммуникации и
продуктовая аналитика»**



Кого мы учим



Data driven product manager



Способен управлять продуктом, обладает навыками проджект-менеджмента, владеет ключевыми фреймворками

Роли в компании: Chief Product Officer (CPO), Директор продукта, Product Owner, Chief Growth Officer, менеджер продукта

Marketing Manager



Способен самостоятельно организовать работу департамента маркетинговых коммуникаций, может вести кампании в любых технологических средах, знает принципы АВ тестирования.

Роли в компании: Chief Marketing Officer, Директор по маркетингу, Digital директор

Product/ Marketing analyst



Способен выстроить систему продуктовой и маркетинговой аналитики, учтя особенности инфраструктуры и сочетания различных технологий

Роли в компании: Head of analytics, продуктовый аналитик, маркетинговый аналитик, Chief Data Officer



Логика обучения

Управление маркетингом

Технологии привлечения и монетизации клиентов.
Экосистема данных и цифровой рекламы. Коммуникации.

Управление продуктом

Приложение аналитических компетенций к бизнес-решениям.
Цифровая экосистема и цифровые продукты. Монетизация. Менеджмент.

Аналитические компетенции.

Азы программирования. Анализ данных. Постановка и проверка гипотез.
Математические методы.



**Что вы получите в
результате?**

Специализация : 42.04.01 Реклама и связи с общественностью.



Государственный диплом
официального образца.
Аккредитация Министерства
Образования РФ.



English-language diploma
application

Официальная аккредитация подтверждена в 2020



Сертификат GoPractice на английском

**GO
PRACTICE**

Product
company
job simulator

**DMYTRO
NAIDA**

This is to certify the successful completion of the online-course "Data-driven product management by Go Practice! Simulator".

Number of practical assignments - 413
Score - 87%

<https://gopractice.io/certificate/Rlr67Klo>

Dec 02 2019



- Готовое портфолио: 10+ **реализованных** реальных data-driven проектов
- Партнерство с ведущими HR агентствами для помощи в трудоустройстве и карьерном консалтинге
- Практические часы по упаковке своего профессионального карьерного опыта в области Data-driven проектов
- 90% выпускников в поиске находят либо меняют работу за первые полтора года обучения*

* Статистика за 2021-2024 годы



**Кто отвечает за ваш
успех?**



Роман Нестер



Соруководитель магистратуры, профессор
ВШЭ

Исследователь дата-этики

Предприниматель, основатель ведущей
российской **программатик-компани**
Segmento (приобретена Сбербанком в 2018)

Обладатель премии Каннские львы (Серебро
и Золото 2016)

Обладатель международной премии Effie
(2016)

Профессор НИУ ВШЭ



Елена Грызунова

кандидат наук,
академический руководитель
ВШЭ, преподаватель



Сергей Зверев

Профессор, руководитель
департамента, президент
КРОС



Партнёры курса



Партнёры



Рекламная платформа на базе Big Data МТС с доступом к более чем 65 миллионов профилей абонентов

ОККАМ

Крупнейшие сетевые рекламные холдинги (ОККАМ, Родная речь) с совокупным оборотом свыше 50 млрд. рублей



Партнёры: владельцы и операторы данных (Data management platforms)



Часть группы «Ланит», крупнейшая биржа данных в России. является одним из 8 глобальных партнеров *Google DoubleClick* в категории «Data management» и Premium партнёр Oracle. Авторы наиболее качественных индустриальных исследований.



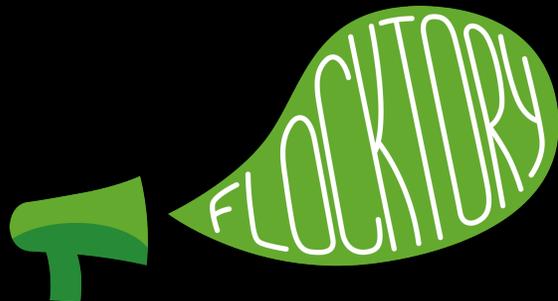
Французский глобальный холдинг, более 1000 клиентов и 30 рынков присутствия. 1 место в России по рейтингу AdIndex в категории «Управление большими данными». 180 миллионов профилей в РФ. Среди прочего, обладатель уникальных разработок по анализу текстов.



Партнёры: martech платформы

mindbox

Платформа клиентских данных для автоматизации маркетинга. Одни из российских лидеров в Martech*. Выручка компании в 2019 приблизилась к полумиллиарду рублей, больше 300 клиентов пользуется решениям по автоматизации. В 2020 и 2021 году студенты на базе неё формировали сегменты и организовывали рассылки.



Старожил рынка Martech с широким функционалом и собственным маркетплейсом second party данных. Активно развивает программатик продукты и работу с данными.



Партнёры: e-commerce



OZON

Один из старейших маркетплейсов в России с огромной клиентской базой, мощным технологическим рекламным движком и современным менеджментом



X5 Dialog

Продукт по работе с данными внутри X5 Retail Group, который позволяет сегментировать обезличенные данные о покупках, запускать таргетированные рекламные кампании, делать предсказание по управлению товарами и логистикой.



E-commerce



Headhunter – один из крупнейших цифровых сервисов в стране. Компания развивает сразу несколько продуктов для работодателей. Студенты работают в связке с командами этих продуктов, помогая анализировать данные, делать выводы, строить продуктовые гипотезы



Raiffeisen bank. Австрийский частный банк, который использует все новейшие достижения data science в работе со своими клиентами. С нашими магистрантами коллеги из банка строят customer journey maps, обрабатывают данные автоматизированных чатов



Партнёры: маркетинговые платформы

Segments

Входит в группу МТС. Лидирующая российская DSP, монетизирует данные крупнейших банков, e-commerce компаний и телеком-операторов. Обладатель 2-х Каннских львов, премии Effie, нескольких первых мест по рейтингу Adindex



Входит в группу компаний Газпром. Омниканальная система управления рекламой. Использует все доступные каналы – баннеры, видео, наружные щиты, ТВ-рекламу – для контакта с потребителем на основе данных. **Топ-4 программатик по обороту в России, топ-2 в категории Self-service.** Студенты проводят на ней реальные рекламные кампании.



Симулятор продакт-менеджера

**GO
PRACTICE**

- **285** реальных кейсов и задач
- **100** часов практики
- Реальные датасеты
- Оригинальные кейсы ведущих компаний
- Сообщество вокруг проекта



Симулятор продакт-менеджера

Более 4500 продакт-менеджеров в России прошли этот платный курс, построенный в форме симуляции карьеры.

С 2020 – эксклюзивный партнёр магистратуры ВШЭ «Коммуникации, основанные на данных», доступен только в рамках этой программы.

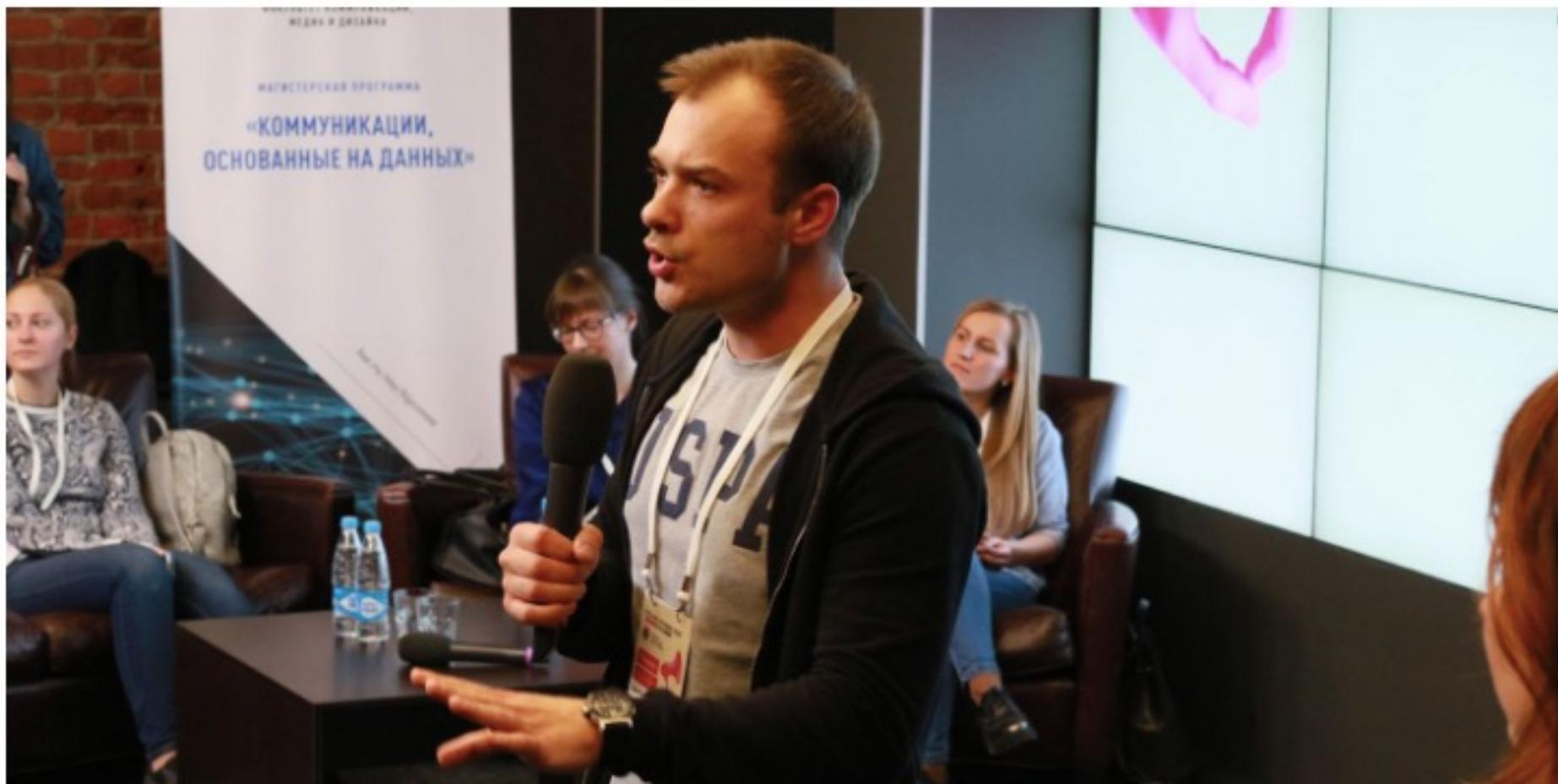
**GO
PRACTICE**

Единственный кейс внедрения ведущего российского симулятора карьеры в высшее образование.

Студенты с помощью фасилитатора проходят весь курс продакт-менеджера, решают задачи, каждый движется по своему сценарию и своей траектории.



Преподаватели и приглашённые лекторы





Сергей Зверев. Президент и основатель КРОС, руководитель Департамента интегрированных коммуникаций. Экс-заместитель руководителя администрации Президента РФ.



Илья Щиров. Вице-президент Raiffeisen Bank. Отвечает за роботизированное общение с клиентами, data science в бизнесе. Ведёт воркшоп по построению DS-продуктов в корпорации. По мнению студентов, именно воркшоп с ним сильнее всего повлиял на карьеры многих из них.



Георгий Левин. Основатель Getintent, Arptiwise. Сумел вывести компанию на рынок США, а затем продать её «Газпрому». Эксперт по связям с инвесторами, запуску стартапов, переезду в США. Приглашённый лектор



Светлана Миронюк. Руководила РИА «Новости», маркетингом «Сбербанка», сейчас профессор «Сколково». Лучший преподаватель – 2019. Ведёт «Основы дата-ориентированных коммуникаций».



Михаил Степнов, Глава R&D МТС. Маркетолог. Работает с данными самых крупных клиентов российского рекламного рынка. Ведёт курсы по маркетинговой аналитике и анализу больших данных в коммуникационных кампаниях.



Марк Попов. Автор курса «Искусственный интеллект в медиапланировании». эксперт в области машинного обучения и нейронных сетей. Возглавляет в НСК подразделение обработки и анализа больших данных. Более 15 лет в ИТ, как разработчик и руководитель. Один из самых популярных преподавателей магистратуры у студентов



Никита Калашников. Специалист по поведенческой экономике и нейромаркетингу, современным методам анализа поведения и поведенческому дизайну, психографике, качественным, количественным и специальным методам исследований, сенсорному маркетингу и брендингу. Основатель компании Datafuel, которая специализируется на психосегментации. Ведёт курс по выбору «Психографика в маркетинге и управлении продуктом»



Дмитрий Егоров. Руководит направлением данных в международном Navas Media (часть рекламного холдинга АДВ, топ-4 по выручке в РФ, 20+ млрд.). Экс-руководитель монетизации данных Weborama. Ведёт курс по дата-экосистеме и монетизации.



Олег Владес. Доцент. Вице-президент коммуникационной группы «Крос».

Лучший преподаватель ВШЭ

2019, 2018, 2017, 2016, 2015, 2014. Ведёт основы **Рекламы и связей с общественностью в цифровой среде**



Екатерина Михайлова, СРО Сбер, экс-МТС, М-Видео,
лидер сообщества CRM Leaders





Общая программа курса



Бизнес-блок

Погружаем в современные практики менеджмента, юнит-экономики, целеполагания бизнеса

- **Стратегический менеджмент и цифровизация бизнеса**
- **Основы дата-ориентированных коммуникаций**
- **Бизнес-анализ**



Аналитический блок

Азы работы с данными и языками

- Прикладной сетевой анализ
- Азы программирования для анализа данных (SQL, HTML, Python)
- Визуализация данных



Маркетинговые технологии

Все современные методы и инструменты привлечения и монетизации аудитории

- Перфоманс маркетинг
- Online to offline: омниканальность
- Креативные кампании на данных
- ИИ в медиапланировании



Продуктовый блок

Фреймворки и практики управления продуктом

- Управление продуктом на основе данных
- Автоматизация управления лояльностью
- Продуктовая аналитика
- Использование ChatGPT и аналогов в бизнесе



Новые предметы



No-code создание продукта

- Научимся создавать цифровые продукты без использования кода
- Освоим современные платформы интеграции (Albato, Zapier, IFFFT)
- Сможем сверхбыстро проверять маркетинговые гипотезы



Этика применения данных и цифровых технологий

- Узнаем всё про отношение пользователей к сбору данных
- Освоим dark patterns и способы манипуляции
- Научимся защищаться от цифровой зависимости и создавать «чистые» цифровые продукты



Применение LLM в бизнесе

- Освоим отечественные и зарубежные языковые модели
- Научимся с помощью них проводить customer research и создавать креативы
- Увеличим продуктивность компании
- Научимся обрабатывать данные в диалоге



Стратегический
менеджмент
и цифровизация
бизнеса

Основы дата-
ориентированных
коммуникаций

Бизнес-анализ

Большие данные
для сегментации
аудитории

Управление
продуктом на
основе данных

**GO
PRACTICE**

Автоматизация
маркетинга и
управления
лояльностью

Перфоманс
маркетинг

Экосистема цифрового
маркетинга

Психографика

Новые медиаформаты
и Online 2 Offline

Искусственный
интеллект в
медиапланировании

Креативные
кампании на основе
данных

Прикладной сетевой
анализ

Программирование
для анализа данных
(SQL, HTML, Python)

Машинное обучение

Дата-этика



Пример содержания учебной

ДИСЦИПЛИНЫ

на примере курса «Управление
продуктом»



- Разница между корреляцией и причинно-следственной связью, проценты и процентные пункты, среднее арифметическое и медиана.
- **Как Google Chrome захватывал рынок браузеров.** Краткий обзор истории браузерных войн. Хорошая аналогия тому, чего хочет добиться ваша новая компания.
- **Софт лонч и базовые метрики для презентации.** Первое задание от Chief Product Officer. Вам предстоит разобраться с системой аналитики Amplitude, посчитать базовые метрики приложения и сделать первые выводы о продукте.



- **Анализ рынка и конкурентов.** Пока все готовятся к запуску, у вас есть время изучить рынок на основе публично доступных данных. Оценить аудиторию и скачивания приложений конкурентов. Научиться визуализировать данные.
- **Retention.** Вы разберетесь в тонкостях метрики Retention и способах ее расчета в Amplitude. Поймете, как связаны между собой Retention, новые пользователи и активная аудитория. Создадите модель для прогнозирования аудитории, чтобы оценить влияние разных улучшений на ключевые метрики.
- **Метрики продукта и метрики роста**



- **Оценка потенциала новой функциональности.** Ваш руководитель рассказывает вам о новой фиче, которая скоро пойдет в разработку. Вы решаете проявить инициативу и оценить ее потенциал, для чего создаете модель продукта и оцениваете конверсии ключевых шагов воронки.
- **Эксперименты.** Вы научитесь отличать гипотезы и факты. Проверите свое чутье, угадывая результаты реальных экспериментов. Научитесь проектировать эксперименты и интерпретировать их результаты. Сформулируете важную гипотезу, проверите ее и получите неожиданные результаты.



- **Почему?** Качественные методы исследования пользователей. Неожиданные результаты эксперимента поставят команду в тупик. Но вы найдете выход из него с помощью применения качественных методов исследования пользователей (интервью, опросы и т.д.).
- **Ищем ценность.** Как пользователи используют продукт? Вы научитесь применять ряд фреймворков для поиска скрытой ценности продукта. Найдете нечто неожиданное. А может быть и нет. Все зависит от вас. Вы будете сравнивать между собой разные вещи. Узнаете, какие бывают метрики, и для чего они используются. А также получите ориентиры Retention для разных категорий продуктов.
- **Когортный анализ** - основа продуктовой аналитики. Вам надо будет понять, как изменения, сделанные в новой версии продукта, повлияли на ключевые метрики. В этом поможет когортный анализ и инструмент Воронки в Amplitude.



- **Отстройка продукта от найденной ценности.** Вы воспользуетесь инсайтом, найденным в прошлой главе, чтобы изменить продукт. И кто знает, куда вас это заведет.
- **Проверяйте самую рискованную гипотезу.** Вам предстоит встать на место руководителей реальных продуктов и принять сложные решения. А заодно понять, почему так важно снимать продуктовые риски как можно раньше.
- **Гипотеза роста.** Вторая ключевая гипотеза при создании продукта. Вы будете угадывать ключевые каналы дистрибуции для известных сервисов, приоритизировать гипотезы роста для продукта.
- **ROI или Return On Investment.** Самое время разобраться с маркетинговой аналитикой. Это просто. Достаточно изучить тонкости метрики ROI и научиться применять когортный анализ для этой задачи.



**Какие проекты
делают студенты?**



Практические проекты

- Разработка оптимального клиентского пути на датасете Raiffeisen bank
- Создание продуктовых гипотез и customer development для приложения Headhunter
- Проведение АВ тестирования формы посадочной страницы для сервиса беттинга
- Проведение психометрического профилирования пользователей социальной сети ВК и оптимизация маркетингового микса на основе результатов
- Проведение customer development и customer research с помощью таргетированных рекламных кампаний
- Предсказание оттока клиентов



Выпускные работы

- **Психографическая сегментация и триггеры** для увеличения эффективности мобильного банка Tinkoff
- **Как предсказать**, кому из клиентов «Газпром-медиа» стоит отправлять предложение и кто на него откликнется (uplift-моделирование)
- Применение **генеративных нейросетей** для создания креативов
- Создание цифровых инфлюенсеров
- Предсказание оптимальных точек для размещения цифровой наружной рекламы
- Система предсказания эффективности баннеров с помощью нейросети



В цифрах

- **235 кейсов**
- **250+ часов практики**
- **15 отдельных проектов**



Практика



Разработка методики поведенческой сегментации покупателей для Dialog X5.Targeting

Подготовили:
Куприянов Максим
Синицына Анастасия
Фидоринова Дарья

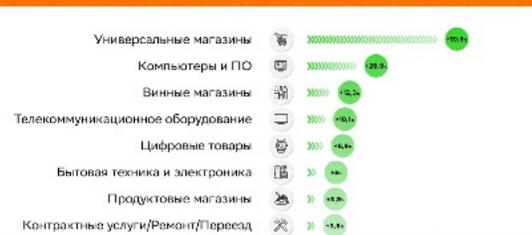
лаборатории «СберДанные»

История

тренд, старт с середины

жители России посещают дачу

20% регулярно посещают дачу



Потребительская корзина дачника имеет небольшие особенности



- Безалкогольное пиво и вино



- Мясо или готовые маринады для шашлыка

А высокое проникновение интернета позволяет собрать аудиторию в конкретном гео



Разработка RoadMap продукта для крупных FMCG компаний

1

DIALOG X5

- Цель исследования**
 - Оценить сайт, сопоставительский путь и интернет маркетинг площадки, выявить сильные стороны и использовать конкурентные преимущества X5.ru и на основании собранной информации подготовить рекомендации для X5.ru по развитию их сайта, интернет маркетинга и клиентского пути.
- База исследования**
 - https://business-ambassador.com
 - https://dialoxx5.ru/
 - https://market.yandex.ru/partners
 - https://reklamivse.ru/publform-service
 - https://promoslovo.ru/partnery-korporatsionnyy-sayty
 - https://dialoxx5.ru
 - https://market.yandex.ru/partners

2

- ШАГ 1** Сбор характеристик для исследования
- ШАГ 2** Оценка и исследование конкурентов, поиск бенчмарков
- ШАГ 3** Декомпозиция характеристик
- ШАГ 4** Расчет значимости каждой характеристики
- ШАГ 5** Составление рекомендаций



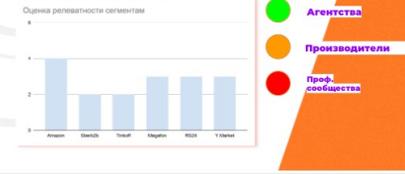
3

Сбор характеристик для исследования

- Полезный и доверительный контент
- Информация о компании
- Информация о тарифах и услугах
- Дополнительные услуги
- Акции и бонусы
- Поиск и его функционал
- Страница контактов
- Активные виджеты
- Точки контакта
- Мобильность
- Группы в соцсетях

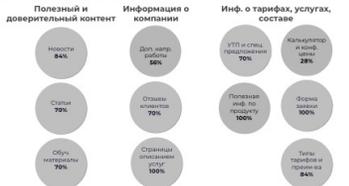
4

Оценка и исследование конкурентов



5

Поиск бенчмарков Контентный анализ



6

Поиск бенчмарков Контентный анализ



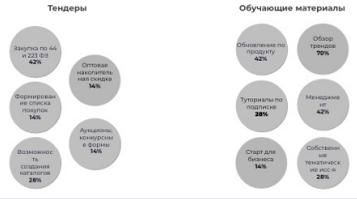
7

Поиск бенчмарков Анализ характеристик продуктов



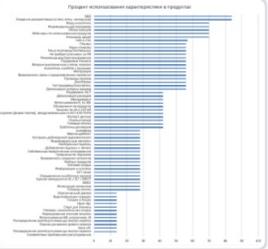
8

Поиск бенчмарков Анализ характеристики продуктов



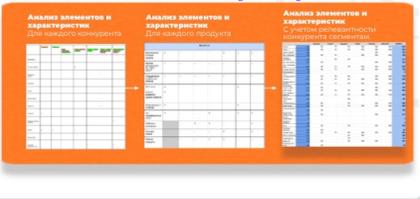
9

Характеристики продукта



10

Поиск бенчмарков и расчет значимости каждой характеристики



11

Рекомендации



12



Raiffeisen BANK

Автоматическая кластеризация

Таким образом, можно выявить основные источники негатива.

некомпетентный специалист, не отвечает по сути вопроса кластеры 6, 10, 13	покидают чат до моего ответа, перебрасывают между операторами кластер 1, 16	бот "тормозит", а оператор отвечает не по существу вопроса кластеры 2, 8, 9	показалось, что хотят не помочь, а что-то прорекламировать кластеры 7, 10
вопрос не был решен по итогу разговора, проблема осталась кластеры 0, 3, 11, 15	очень долго отвечают, нет желания помочь, не читают контекст кластеры 1, 4, 2, 8, 9	нет ответа на вопрос, тишина, оператор не подключился кластеры 4, 5, 12, 14	не понимают о чем речь, не читают историю сообщений кластеры 4, 5, 12, 14

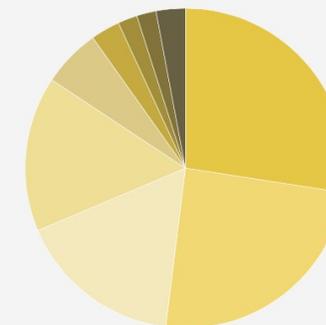
Проблема автоматической кластеризации

- нет размеченных данных для обучения моделей, готовые модели плохо работают с русским
- модели плохо работают с короткими сообщениями, как в нашем случае
- многие кластеры сложно отнести к одной конкретной проблеме

Ручная кластеризация

Описанные ранее особенности показывают необходимость дополнительной ручной кластеризации, чтобы результаты было проще интерпретировать и приоритезировать

Проблема	Доля
Покинул чат, не было ответа, долго	28%
Не ответили на мой вопрос	25%
Некомпетентность	17%
Нет желания помочь и не ознакомился с перепиской	16%
Реклама	6%
Обман, некорректная информация	3%
Не любители бота	2%
Другое	3%
Итого	100%





Научная работа

В 2023 запущена «Лаборатории анализа и применения данных в цифровых коммуникациях и управлении продуктом»



В ней мы работаем с задачами крупного бизнеса по анализу закономерностей поведения клиентов и способам воздействия на них.

Исследования и научная работа будут проводиться на реальных датасетах. Одна из задач – вернуть фундаментальные научные исследования в современный маркетинг и получить важные практические результаты для бизнеса.

Студенты магистратуры примут активное участие в работе и смогут выступать соавторами научных публикаций, участвовать в конференциях и на практике осваивать алгоритмы на переднем крае.



В чём отличие от онлайн-курсов?

- **100% освоение всей программы. В онлайн-курсах только 15-20% проходят их до конца.**
- **Постоянный нетворкинг внутри группы и с компаниями-партнёрами.**
- **Коучинг со стороны кураторов магистратуры-опытных бизнесменов и ведущих экспертов индустрии**
- **Постоянная работа с крупнейшими нанимателями**
- **Государственный диплом, засчитывающийся зарубежными нанимателями**
- **Закрытое сообщество с выпускниками прошлых лет и возможности для расширения связей на рынке**



СКОЛЬКО УЧИТЬСЯ?



Сколько учиться?

- **2 года обучения, 4 модуля с каникулами между ними**
- **2 месяца с апреля по июнь – подготовка выпускного проекта**
- **Учёба в будние дни с 19.00. Все совмещают с работой**
- **Субботы с 10.00 до 16.00**



Как поступить?



**В ЭТОМ ГОДУ ВСЕ
СОБЕСЕДОВАНИЯ МЫ
ПРОВОДИМ **ОНЛАЙН****



Каковы этапы поступления?



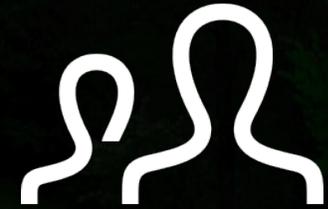
Подаете
документы с до
25.07



Заводите личный кабинет на priem.hse.ru и загружаете свои документы. Вас включают в поток поступающих.



Собираете и загружаете портфолио (ваши достижения, грамоты, свидетельства)



Проходите онлайн собеседование с руководителем магистратуры до **28 июля**

24 августа – издание приказа о зачислении на бюджетные места
до 31 августа – зачисление на платные места

1 сентября – начало учёбы



Дочитал?

Ты 

Тебе к нам!



Наша страница в ВШЭ

**Привет от бизнес-куратора, готов
общаться лично - пишите**



Чат для абитуриентов