

Стратегічне управління продуктами (MarkStrat)

Курс містить унікальне поєднання а). теорії, що необхідна для стратегічного управління продуктами, та б). її практичного застосування при управлінні віртуальною компанією в середовищі MarkStrat с). з подальшим перенесенням управлінських практик на реальні бізнес-кейси учасників курсу.

Курс ідеально підходить для учасників, в компаніях яких:

- ✓ вже існують продукти, але а). конкуренція на ринку є високою або/та б). ресурси компанії є обмеженими або/та с). потенційні клієнти мають різні потреби
- ✓ планується запуск нових продуктів на існуючому ринку або вихід на нові ринки

Мета курсу:

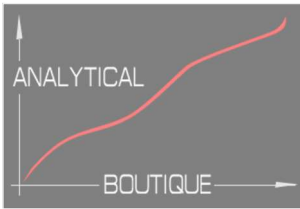
- ✓ Розглянути складові стратегічного управління продуктами
- ✓ Ознайомитись з аналітичними інструментами, що використовуються для стратегічного управління продуктами
- ✓ Розглянути дії у відповідь на появу нового продукту
- ✓ Розглянути стратегічні та тактичні управлінські рішення при запуску нових продуктів
- ✓ Допомогти учасникам в розробці власної стратегії управління продуктами

Аудиторія курсу:

- ✓ Продуктові стартапи / Продуктові команди
- ✓ Команди з компаній великого або середнього розміру бізнесу, які залучені в створення нових продуктів та сервісів, а також управління продуктами, в особі директорів/менеджерів з продукту, виробництва, постачання, продажів, маркетингу, фінансів, аналітики, HR тощо

Контент курсу:

- ✓ Класифікація продуктів та сервісів
- ✓ Сервітизація продуктів та продуктизація сервісів
- ✓ Продукти та сервіси як групи атрибутів
- ✓ Чотири принципи ринкової динаміки
 - Всі клієнти різні – Управління неоднорідністю клієнтів
 - Всі клієнти змінюються – Управління клієнтською динамікою
 - Всі конкуренти реагують – Управління стійкою конкурентною перевагою
 - Всі ресурси обмежені – Управління компромісами щодо ресурсів
- ✓ Аналітичні інструменти, що забезпечують управління неоднорідністю клієнтів, клієнтською динамікою, стійкою конкурентною перевагою, компромісами щодо ресурсів
- ✓ Фактори успіху продуктових та сервісних інновацій
- ✓ Дії у відповідь на появу нового продукту
- ✓ Управління портфелем продуктів
- ✓ Стратегічні та тактичні рішення при запуску нових продуктів
- ✓ Фактори успіху під час запуску нового продукту



analytical-boutique.com
info@analytical-boutique.com
+38 067 555 10 01

Середовище MarkStrat:

- ✓ Віртуальне середовище, де 6 команд з 3-5 учасників протягом 10-ти раундів прийняття рішень займаються управлінням продуктовими компаніями, що працюють на B2C або B2B ринку (вибір ринку залежить від профіля учасників курсу). Команди конкурують між собою в умовах обмежених ресурсів, намагаючись задовольнити потреби різних клієнтських сегментів, управляючи існуючими продуктами та запускаючи нові на сталому і новому ринках
- ✓ MarkStrat був розроблений професорами бізнес-школи INSEAD – лідером бізнес-освіти та бізнес-досліджень у світі – та є складовою багатьох управлінських курсів в бізнес-школах

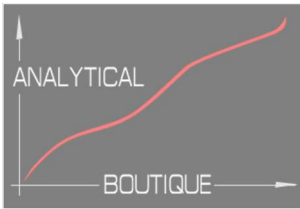
Формат навчання:

- ✓ Тривалість курсу: 4 тижні, що включають а). offline-навчання щосуботи (09:30 – 17:30), б). дві командні зустрічі щотижня в форматі, зручному для учасників, с). організаційну зустріч на початку курсу в online-форматі (дивіться Програму курсу)
- ✓ Курс складається із а). лекцій, на яких буде розглядатись ґрунтовна теорія із стратегічного управління продуктами, яка може бути використана під час б). раундів прийняття рішень в середовищі MarkStrat для управління продуктами віртуальної компанії, а також у власних проектах учасників курсу, с). рефлексій після раундів прийняття рішень
 - В лекціях викладається ‘evidence-based theory’, тобто теоретичні моделі та концепції, що ґрунтуються на основі доказів, а не припущень
 - Під час раундів прийняття рішень в середовищі MarkStrat використовується ‘challenge-based learning’ – навчання через вирішення реальних, значущих викликів, що потребують дослідження, колаборації та практичного застосування знань (отриманих під час лекцій)
 - Рефлексія використовується як ‘learning from failure’ – підхід, в якому помилки, невдачі та неправильні рішення, розглядаються не як поразка, а як джерело даних, досвіду та інсайтів для подальшого розвитку
- ✓ Консультації з викладачем
- ✓ Також можливий корпоративний формат навчання з адаптацією курсу під замовника

Використання середовища MarkStrat:

- ✓ Ліцензія на використання середовища MarkStrat для учасника курсу забезпечується організатором навчання. Ліцензія індивідуальна для кожного учасника і не може бути використана декількома учасниками.

В курсі НЕ розглядаються перші дві стадії створення нових продуктів – генерація ідей та розробка продуктів. Курс сфокусований на третю стадію - запуск нових продуктів на ринок та стратегічне управління існуючими продуктами. (Курс, де розглядаються всі три стадії створення нових продуктів – Створення нових продуктів та сервісів: аналітичний підхід.)



analytical-boutique.com
info@analytical-boutique.com
+38 067 555 10 01

Інформація про автора та викладача курсу:



Костянтин Пацера консультує компанії з питань аналітики та штучного інтелекту, а також створення нових продуктів та сервісів на їх основі.

До переходу в сферу консалтингу працював в компанії Київстар менеджером з моделювання поведінки клієнтів. Завдяки його роботі були розроблені та впроваджені моделі сегментації та моделі утримання клієнтів, численні моделі cross- та up-selling'у. До цього працював консультантом-аналітиком в компанії Interpipe, де займався операційним та стратегічним прогнозуванням. В даний момент – голова компанії Analytical Boutique.

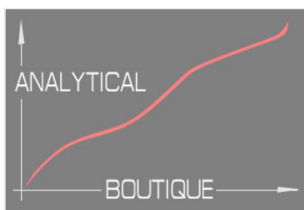
З 2006 року викладає в бізнес-школах – Києво-Могилянській бізнес-школі (kmbs) (2006–2012), Бізнес-школі УКУ (LvBS) (2012–2023), Міжнародному інституті бізнесу (МІБ) (2019–...), Київській школі економіки (KSE) (2022–2023) – на програмах Executive MBA курси Аналітика для TOP-менеджерів, CRM, Цифрова трансформація.

З 2023 по 2025 рік викладав в Eindhoven University of Technology (TU/e) та Jheronimus Academy of Data Science (JADS) (Нідерланди) курси Fundamentals of product innovation, Managing innovation processes, Data-driven business creation, Data-driven service innovation, Entrepreneurship in action, New product marketing, Marketing research and design methods, Marketing in action (MarkStrat), Selling new products, Statistics for industrial engineers, Technology forecasting.

Корпоративні клієнти: мережа АЗС ОККО, Київстар, Imperial Tobacco, мережа супермаркетів Клас, мережа аптек Аптека 03, мережа супермаркетів Comfy, Промова, Міжнародний Альянс з ВІЛ/СНІД, Nemiroff, Грей, Сигарний дім Фортуна, Райффайзен Банк Аваль, Укрсиббанк, мережа АЗС Паралель, агентство ZenithOptimedia, МТС, British American Tobacco, OS-Direct, Kraft Foods, Bayer, TOP Cosmetics, мережа супермаркетів Linella (Молдавія), Платинум Банк, мережа супермаркетів АТБ, Астеліт, ГПЛ, Нова пошта, Кондитерська корпорація Рошен, Retal Group, ДТЕК, Murka, Abbott, Toyota Ukraine, Перший Український Міжнародний Банк, мережа гіпермаркетів Епіцентр, AbbVie, Danone, Servier, Укрнафта, Luxoft, Jacobs Douwe Egberts, Petcube, Файно Маркет, Sanofi (Казахстан), OTP Bank, Оптимус Агро, Нафтогаз України, BoViOS Farm, Медичні закупівлі України, JustAnswer, GSK, МХП, Kiddisvit, Астарта.

Корпоративний формат навчання від компанії Analytical Boutique:

- ✓ **Навчання для менеджерів:** Стратегічне управління продуктами (MarkStrat), Створення нових продуктів та сервісів: аналітичний підхід, Аналітика для TOP-менеджерів, Штучний інтелект для TOP-менеджерів, Аналітика для HR, Аналітика продажів, Маркетингова аналітика, Категорійний менеджмент: аналітичний підхід
- ✓ **Навчання для аналітиків:** Бізнес-прогнозування, Сегментація, Побудова та менеджмент прогнозних моделей, Планування та аналіз маркетингових активностей
- ✓ **Тренінг для команди:** Аналітичне мислення



analytical-boutique.com
info@analytical-boutique.com
+38 067 555 10 01

Стратегічне управління продуктами (MarkStrat)

ВИКЛАДАЧ:

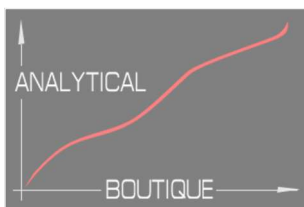
Пацера Костянтин

kostya.patsera@analytical-boutique.com

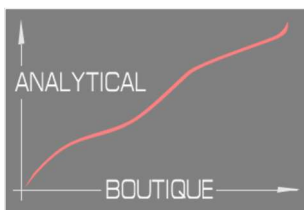
+38 067 220 77 16

ПРОГРАМА КУРСУ:

Тиждень 0	
П'ятниця, 16:00 – 17:30, online	
Організаційна зустріч	
Тиждень 1	
Субота, 09:30 – 17:30, offline	
09:30 – 11:00	Класифікація продуктів та сервісів Сервітизація продуктів та продуктизація сервісів Продукти та сервіси як групи атрибутів
11:00 – 11:15	Перерва
11:15 – 12:45	Перший принцип ринкової динаміки: Всі клієнти відрізняються – Управління неоднорідністю клієнтів ✓ Причини неоднорідності клієнтів ✓ Підхід до управління неоднорідності клієнтів Світ MarkStrat
12:45 – 13:45	Обідня перерва
13:45 – 15:15	MarkStrat Test Decision Round 1
15:15 – 15:30	Перерва
15:30 – 17:00	MarkStrat Test Decision Round 2
17:00 – 17:30	Рефлексія
Тиждень 2	
Redline: Середа, 21:00 – MarkStrat Decision Round 1	
Deadline: Середа, 22:00 – MarkStrat Decision Round 1	
MarkStrat Decision Round 1 (робота в командах – учасники самостійно обирають час та формат)	
Redline: П'ятниця, 21:00 – MarkStrat Decision Round 2	
Deadline: П'ятниця, 22:00 – MarkStrat Decision Round 2	
MarkStrat Decision Round 2 (робота в командах – учасники самостійно обирають час та формат)	
Субота, 09:30 – 17:30, offline	
09:30 – 11:00	Фактори успіху продуктових та сервісних інновацій Другий принцип ринкової динаміки: Всі клієнти змінюються – Управління клієнтською динамікою ✓ Причини клієнтської динаміки ✓ Підхід до управління клієнтською динамікою



11:00 – 11:15	Перерва
11:15 – 12:45	Третій принцип ринкової динаміки: Всі конкуренти реагують – Управління стійкою конкурентною перевагою ✓ Причини стійкої конкурентної переваги ✓ Підхід до управління стійкою конкурентною перевагою Світ MarkStrat
12:45 – 13:45	Обідня перерва
13:45 – 15:15	MarkStrat Decision Round 3
15:15 – 15:30	Перерва
15:30 – 17:00	MarkStrat Decision Round 4
17:00 – 17:30	Рефлексія
Тиждень 3	
Redline: Вівторок, 22:00 – підготовлено презентацію (файл .pptx)	
Deadline: Середа, 22:00 – проведено презентацію (зустріч з Головою спостережної ради)	
MarkStrat: презентація продуктової стратегії для Голови спостережної ради (робота в командах та презентація для викладача – учасники самостійно обирають час та формат для підготовки презентації, та погоджують час та формат для проведення презентації з викладачем)	
Redline: П'ятниця, 21:00 – MarkStrat Decision Round 5	
Deadline: П'ятниця, 22:00 – MarkStrat Decision Round 5	
MarkStrat Decision Round 5 (робота в командах – учасники самостійно обирають час та формат)	
Субота, 09:30 – 17:30, offline	
09:30 – 11:00	Третій принцип ринкової динаміки: Всі конкуренти реагують – Управління стійкою конкурентною перевагою (продовження) Дії у відповідь на появу нового продукту
11:00 – 11:15	Перерва
11:15 – 12:45	Четвертий принцип ринкової динаміки: Всі ресурси обмежені – Управління компромісами щодо ресурсів ✓ Причини компромісів щодо ресурсів ✓ Підхід до управління компромісами щодо ресурсів Аналіз портфеля продуктів
12:45 – 13:45	Обідня перерва
13:45 – 15:15	MarkStrat Decision Round 6
15:15 – 15:30	Перерва
15:30 – 17:00	MarkStrat Decision Round 7
17:00 – 17:30	Рефлексія
Тиждень 4	
Redline: Середа, 21:00 – MarkStrat Decision Round 8	
Deadline: Середа, 22:00 – MarkStrat Decision Round 8	
MarkStrat Decision Round 8 (робота в командах – учасники самостійно обирають час та формат)	
Redline: П'ятниця, 21:00 – MarkStrat Decision Round 9	
Deadline: П'ятниця, 22:00 – MarkStrat Decision Round 9	



analytical-boutique.com
 info@analytical-boutique.com
 +38 067 555 10 01

MarkStrat Decision Round 9 (робота в командах – учасники самостійно обирають час та формат)	
Субота, 09:30 – 17:30, offline	
09:30 – 11:00	Управління портфелем продуктів Четвертий принцип ринкової динаміки: Всі ресурси обмежені – Управління компромісами щодо ресурсів (продовження)
11:00 – 11:15	<i>Перерва</i>
11:15 – 12:45	Стратегічні та тактичні рішення при запуску нових продуктів Фактори успіху під час запуску нового продукту
12:45 – 13:45	<i>Обідня перерва</i>
13:45 – 15:15	MarkStrat Decision Round 10
15:15 – 15:30	<i>Перерва</i>
15:30 – 17:00	Learning from failure
17:00 – 17:30	Follow up