

**Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«РОССИЙСКАЯ АКАДЕМИЯ НАРОДНОГО ХОЗЯЙСТВА И
ГОСУДАРСТВЕННОЙ СЛУЖБЫ
ПРИ ПРЕЗИДЕНТЕ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ»**

Институт бизнеса и делового администрирования

Утверждена
Директором ИБДА
(в составе ДПП)
Протокол УС ИБДА от 17.04.2025, №5

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

**Применение методов юнит-экономики для
принятия решений в бизнесе**
ДОПОЛНИТЕЛЬНАЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ ПРОГРАММА
профессиональной переподготовки

Школа финансового директора

очно-заочная форма обучения с использованием дистанционных
образовательных технологий

Москва, 2025 г.

Автор-составитель
Преподаватель-консультант
(ученое звание, ученая степень, должность)



(Подпись)

Гусев Андрей Алексеевич
(Ф.И.О.)

СОДЕРЖАНИЕ

<u>1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ДИСЦИПЛИНЫ</u>	4
2. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ	4
<u>3. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ</u>	5
<u>4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ</u>	5
<u>4.1 Структура дисциплины</u>	5
<u>4.2 Содержание дисциплины</u>	7
<u>5. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДЛЯ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ СЛУШАТЕЛЕЙ ПО ДИСЦИПЛИНЕ</u>	8
<u>6. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ</u>	10
<u>6.1. Оценочные средства текущего контроля успеваемости</u>	10
<u>6.2. Оценочные средства промежуточной аттестации</u>	12
<u>7. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ</u>	17
<u>7.1. Основная литература:</u>	17
<u>7.2. Дополнительная литература:</u>	18
<u>8. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ И ПРОГРАММНОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ</u>	18

1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ДИСЦИПЛИНЫ

Дисциплина «Применение методов юнит-экономики для принятия решений в бизнесе» призвана освоить слушателям знания, навыки и методы, необходимые для эффективного принятия решений в бизнесе на основе методов юнит-экономики.

Задачи:

1. Представить слушателям основные понятия и определения методов юнит-экономики, необходимые для анализа и принятия решений в бизнесе.
2. Обучить слушателей различным методам и моделям оценки юнит-экономики для применения их на практике.
3. Развить у слушателей навыки анализа и принятия решений с использованием методов юнит-экономики на основе конкретных бизнес-кейсов.
4. Обучить слушателей разрабатывать и обосновывать стратегии принятия решений в бизнесе на основе юнит-экономики, включая выбор оптимальных инвестиционных решений.

2. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Таблица 1 – Планируемые результаты дисциплины

Виды деятельности	Профессиональные компетенции или трудовые функции (формируются) ПСК	Знания	Умения	Практический опыт
Планирование и прогнозирование экономической деятельности организации	Способность стратегического управления ключевыми экономическими показателями и бизнес-процессами (ПСК-5)	-основ юнит-экономики: основных принципов и концепции юнит-экономики, включая теорию рационального выбора, анализа предпочтений, теорию игр и другие. -методов анализа рисков: различных методов анализа и управления рисками в бизнесе, -методов оценки бизнес-проектов: методов оценки эффективности бизнес-проектов, моделирования бизнес-процессов: применения различных математических и статистических методов для моделирования и анализа бизнес-процессов, прогнозирования результатов и оптимизации	- эффективно анализировать бизнес-ситуации, оценивать риски и принимать обоснованные решения. - анализировать сложные бизнес-ситуации, выявлять ключевые факторы для принятия обоснованных решений. -принимать решения на основе анализа данных и учета рисков, - выбирать оптимальные стратегии и действия. - создавать математические модели бизнес-процессов, а также прогнозировать и оптимизировать результаты деятельности предприятия.	- навыки анализа бизнес-ситуаций: анализа внутренней и внешней среды предприятия, выявлять ключевые факторы успеха и риски, а также оценивать потенциалы и возможности для развития бизнеса; - навыки прогнозирования результатов: методы прогнозирования финансовых и экономических показателей, анализа тенденции развития рынка - навыки работы с данными и моделями - навыки оценки эффективности бизнес-проектов:

		деятельности предприятия.		
--	--	------------------------------	--	--

3. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ

Таблица 2- Объем дисциплины

Вид учебной работы		Количество часов (час.) и (или) зачетных единиц (з.е.)	С применением электронного обучения и (или) дистанционных образовательных технологий (час.) и (или) зачетных единиц (з.е.)
Контактная работа слушателя с преподавателем, в том числе:		8/2	8/3
лекционного типа (Л) / Интерактивные занятия (ИЗ)		4	2
лабораторные занятия (практикум) (ЛЗ) / Интерактивные занятия (ИЗ)			
Практические (семинарские) занятия (ПЗ) / Интерактивные занятия (ИЗ)		4/2	6/3
Самостоятельная работа слушателя (СР)		8	8
Промежуточная аттестация	форма	Зачет	
	час.	2	
Общая трудоемкость по учебному плану (час./з.е)		18/2	16/3

4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

4.1 Структура дисциплины

Таблица 3- Содержание разделов дисциплины, виды занятий и формы текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации

№ п/п	Наименование тем (разделов) дисциплины	Общая трудоемкость, часы	Количество часов (час.) и (или) зачетных единиц (з.е.)				СР	С применением электронного обучения и (или) дистанционных образовательных технологий (час.) и (или) зачетных единиц (з.е.)				СР	Форма текущего контроля успеваемости ¹ , промежуточной аттестации	Форма промежуточной аттестации
			Всего	Контактная работа				Всего	Контактная работа					
				Л	ЛЗ	ПЗ			Л	ЛЗ	ПЗ			
1.	Тема 1. Unit-экономика для развития бизнеса и привлечения инвестиций. Выбор юнита для	8	4	4			4						3(Т)/2	

¹ Формы текущего контроля успеваемости: Кейсы (К)

№ п/п	Наименование тем (разделов) дисциплины	Общая трудоемкость, часы	Количество часов (час.) и (или) зачетных единиц (з.е.)				СР	С применением электронного обучения и (или) дистанционных образовательных технологий (час.) и (или) зачетных единиц (з.е.)				СР	Форма текущего контроля успеваемости ¹ , промежуточной аттестации	Форма промежуточной аттестации
			Всего	Контактная работа				Всего	Контактная работа					
				Л	ЛЗ	ПЗ			Л	ЛЗ	ПЗ			
	конкретного бизнеса.													
2.	Тема 2. Доходы в Unit- экономике. Life Time Value (LTV). Формула возврата инвестиций.	6/1						2/1			2/1	4		
3.	Тема 3. Затраты в Unit- экономике. Постоянные, переменные, псевдопостоянные затраты. Начальные затраты. Затраты на рекламу и их роль в Unit- экономике. Затраты на привлечение и удержание клиентов. Способы снижения затрат.	10/2						6/2	2		4/2	4		
4	Тема 4. Стартапы, венчурные проекты и Unit- экономика. Эффективные	8/2	4/2			4/2	4						К	

№ п/п	Наименование тем (разделов) дисциплины	Общая трудоемкость, часы	Количество часов (час.) и (или) зачетных единиц (з.е.)				СР	С применением электронного обучения и (или) дистанционных образовательных технологий (час.) и (или) зачетных единиц (з.е.)				СР	Форма текущего контроля успеваемости ¹ , промежуточной аттестации	Форма промежуточной аттестации
			Всего	Контактная работа				Всего	Контактная работа					
				Л	ЛЗ	ПЗ			Л	ЛЗ	ПЗ			
	модели Unit-экономики. Кейсы.													
Итого:		32/5	8/2	4		4/2	8	8/3	2		6/3	8		
Подготовка и сдача экзамена/зачета													3 (Т) 2	
Всего		34/5	16/5	6		10/5	16						2	

4.2 Содержание дисциплины

Таблица 4 - Содержание дисциплины

Номер и название разделов (тем)	Содержание разделов (тем)
Тема 1. Unit-экономика для развития бизнеса и привлечения инвестиций. Выбор юнита для конкретного бизнеса.	Основные понятия и принципы Unit-экономики. Роль Unit-анализа в развитии бизнеса и привлечении инвестиций. Типы бизнес-моделей и их особенности. Методы анализа и выбора оптимальной бизнес-модели для конкретного юнита. Методы прогнозирования и определения развития бизнеса на основе Unit-анализа. Методы оценки инвестиционной привлекательности юнита. Процесс принятия инвестиционных решений на основе Unit-анализа. Критерии выбора оптимального юнита для различных видов бизнеса. Методы сопоставления и анализа юнитов для принятия обоснованных решений.
Тема 2. Доходы в Unit-экономике. Life Time Value (LTV). Формула возврата инвестиций.	Основные понятия доходов в рамках Unit-экономики. Роль доходов в оценке эффективности инвестиций и бизнес-проектов. Понятие и методика расчета Life Time Value (LTV). Применение LTV для прогнозирования доходности инвестиций и оценки стоимости клиентов. Определение формулы возврата инвестиций и методика ее расчета. Интерпретация показателя ROI в контексте оценки эффективности инвестиций. Примеры использования LTV и ROI в различных сферах бизнеса. Рекомендации по принятию решений на основе анализа показателей доходности. Риски и ограничения при использовании LTV и ROI для оценки

Номер и название разделов (тем)	Содержание разделов (тем)
	доходности. Методы снижения рисков и повышения точности оценки доходности с помощью дополнительных показателей.
Тема 3. Затраты в Unit-экономике. Постоянные, переменные, псевдопостоянные затраты. Начальные затраты. Затраты на рекламу и их роль в Unit-экономике. Затраты на привлечение и удержание клиентов. Способы снижения затрат.	Определение затрат и их роль в контексте Unit-экономики. Классификация затрат на постоянные, переменные и псевдопостоянные. Понятие начальных затрат и их влияние на успешность бизнес-проектов. Методы оценки и планирования начальных затрат. Значение рекламных затрат для привлечения клиентов и увеличения прибыли. Методы оценки эффективности рекламных кампаний в контексте Unit-экономики. Роль затрат на привлечение и удержание клиентов в успешной стратегии бизнеса. Методы оценки и оптимизации затрат на привлечение и удержание клиентов. Методы снижения постоянных и переменных затрат в рамках Unit-экономики. Примеры успешного управления затратами и оптимизации бизнес-процессов.
Тема 4. Стартапы, венчурные проекты и Unit-экономика. Эффективные модели Unit-экономики. Кейсы.	Определение стартапов и венчурных проектов. Роль Unit-экономики в успешной реализации стартапов и венчурных проектов. Анализ эффективных моделей Unit-экономики на примере успешных стартапов и венчурных проектов. Изучение ключевых компонентов и стратегий успешных моделей. Анализ кейсов успешных стартапов и венчурных проектов, использующих Unit-экономику в своей деятельности. Выделение ключевых факторов успеха и уроков, которые можно извлечь из этих кейсов. Роль инноваций в создании и развитии стартапов и венчурных проектов. Взаимосвязь между инновациями, Unit-экономикой и эффективностью бизнес-моделей. Выявление основных проблем и вызовов, с которыми сталкиваются стартапы и венчурные проекты при внедрении Unit-экономики. Предложение практических рекомендаций и стратегий для преодоления этих проблем.

5. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДЛЯ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ СЛУШАТЕЛЕЙ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Обучение по дисциплине «Применение методов юнит-экономики для принятия решений в бизнесе» предполагает освоение учебного материала в процессе контактной (лекции и практические занятия) и самостоятельной работы слушателей. Практические занятия предполагают их проведение при активном участии и взаимодействии слушателей с целью выявления полученных знаний, умений, навыков и уровня сформированности

компетенций посредством проведения мероприятий текущего контроля успеваемости в форме устного опроса. С целью обеспечения успешного освоения учебного материала слушатель обязан готовиться к лекционному занятию, поскольку оно является важнейшей формой реализации дисциплины.

Самостоятельная работа по подготовке к лекции заключается в следующем:

- внимательно прочитайте материал предыдущей лекции;
- узнайте тему предстоящей лекции (по тематическому плану, по информации лектора);
- ознакомьтесь с учебным материалом по учебнику и учебным пособиям;
- постарайтесь уяснить место изучаемой темы в своей профессиональной подготовке;
- запишите возможные вопросы, которые вы зададите лектору на лекции.

Подготовка к практическим занятиям:

- внимательно прочитайте материал лекций, относящихся к данному семинарскому занятию, ознакомьтесь с учебным материалом по учебнику и учебным пособиям;
- выпишите основные термины;
- ответьте на контрольные вопросы по семинарским занятиям, готовьтесь дать развернутый ответ на каждый из вопросов;
- уясните, какие учебные элементы остались для вас неясными и постарайтесь получить на них ответ заранее (до семинарского занятия) во время текущих консультаций преподавателя;
- готовиться можно индивидуально, парами или в составе малой группы, последние являются эффективными формами работы;
- рабочая программа дисциплины в части целей, перечня знаний, умений, терминов и учебных вопросов может быть использована вами в качестве ориентира в организации обучения.

Практические задания

Анализ юнита:

Изучите основные метрики юнита (например, LTV, CAC, ARPU) и рассчитайте их на основе данных из реального бизнеса или вымышленного примера.

Проанализируйте эффективность юнита с точки зрения его прибыльности и рентабельности.

Оптимизация юнита:

Разработайте стратегию оптимизации юнита, учитывая его текущие показатели и цели бизнеса. Предложите конкретные шаги по улучшению метрик юнита и оцените ожидаемый эффект от этих изменений.

Оценка юнита:

Проведите сравнительный анализ нескольких юнитов из разных отраслей или компаний, чтобы выявить общие тенденции и различия в их эффективности.

Исследование рынка:

Исследуйте рынок, на котором работает юнит, и определите его основные тенденции, конкурентов и потенциальных клиентов.

Разработка стратегии:

На основе анализа рынка и текущего состояния юнита разработайте стратегию его развития, включая цели, ключевые показатели эффективности и план действий.

Подготовка к промежуточной аттестации (экзамен, зачет). К промежуточной аттестации необходимо готовиться целенаправленно, регулярно, систематически и с первых дней освоения данной дисциплины. В самом начале познакомьтесь со следующей учебно-методической документацией:

- рабочей программой дисциплины;
- перечнем знаний, умений и навыков, которыми слушатель должен овладеть;
- тематическими планами лекций и семинарских занятий;
- материалами текущего контроля успеваемости;
- учебником, учебными пособиями по дисциплине, а также электронными ресурсами;
- перечнем вопросов к промежуточной аттестации.

После этого у вас должно сформироваться четкое представление об объеме и характере знаний, умений и навыков, которыми надо будет овладеть по дисциплине. Систематическое выполнение учебной работы на лекциях и семинарских занятиях позволит успешно освоить дисциплину и создать хорошую базу для успешного прохождения промежуточной аттестации.

Таблица 5 - Темы (вопросы), выносимые на самостоятельное изучение

Номер раздела (темы)	Темы (вопросы), выносимые на самостоятельное изучение	Количество часов, (ч.)
1.	Удержание пользователей. Когортный анализ. Net Dollar Retention. Применение модели для существующего и несуществующего бизнеса.	4
2.	Концепция доходов в Unit-экономике, метод расчета Life Time Value (LTV) и формула возврата инвестиций, а также их применение для оценки эффективности инвестиций и бизнес-проектов.	4
3.	Начальные расходы. Главная формула возврата инвестиций. Венчурные проекты и Unit-экономика	4
4	Практический анализ кейсов unit-экономики. Ключевые аспекты, драйверы стоимости и особенности калькуляции	4
Итого:		16

6. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

6.1. *Оценочные средства текущего контроля успеваемости*

Пример кейса с решением:

Имеется террариум с двумя питонами, владелец занимается экзотическим бизнесом — продает питончиков любителям рептилий. Является ли бизнес эффективным?

Юнит — один маленький змеёныш.

Посчитать экономику в теории просто: вычесть траты из прибыли от продажи на покупку питонов-родителей. Если получим больше, отлично.

Но какую цену ставить? Родители стоили каждый по 10 000 руб. — можем ли мы поставить такую же цену на детей и остаться в выигрыше?

Начнём с себестоимости питончика — COGS (cost of good sale).

Берём расходы на родителей питона. Оба стоили по 10 000 руб. За год они дают потомство в среднем 7 змеек.

Делим 20 000 руб. (цена двух родителей, изначальные траты) на 7 детёнышей — это 2 857 руб. на одного.

Но мы же содержали родителей и будем содержать мелких, пока не продадим. Возьмём максимальное значение за год: добавляем траты на корм, свет, воду, лекарства, террариумы — это ещё 1 194 руб. на каждого.

Получается, что примерная COGS одной маленькой змеи — 4 051 руб.

Казалось бы, можно продавать одну змейку также за 10 000 руб. и все в плюсе. Но давайте ещё проверим.

Посчитаем среднюю выручку на клиента, который возьмёт у нас малыша питона, — ARPC (Average Revenue Per Client). Чтобы его посчитать, выручку за определённый период времени делим на количество заказов. Напомним формулу:

- $$ARPC = (AvP - COGS) * APC - 1sCOGS$$

Обычно детёнышей питонов разбирают довольно быстро — за 1–2 месяца, максимум полгода. Рассчитываем, что за полгода точно продадим всех семерых.

Средний чек = Выручка / Количество заказов

За 7 змеек по 10 000 руб. проданных 7 покупателям AvP получился 10 000 руб.

APC (average payment cost) — это среднее число покупок: надо количество заказов поделить на число покупателей. У нас показатель составил 1.

1sCOGS — это затраты на первую продажу вроде акций и скидок. У нас скидок не было, все купили по полной цене.

$AvP = 10\,000$ руб.

$COGS = 4\,051$ руб.

$APC = 1$

$1sCOGS = 0$ руб.

- $$ARPC = (10\,000 - 4\,051) * 1 - 0 = 5\,949 \text{ руб.}$$

5 949 руб. — вот столько в среднем можно получать с одной продажи, если у нас получается продавать всё потомство в течение полугода.

Но есть ещё один момент, который важно учесть. Чтобы продать змеек, мы дали объявление в профильной группе в VK — заплатили 3000 за пост и 1500 руб., чтобы он провисел в топе месяц. Оттуда к нам пришли 7 покупателей.

Посчитаем SAC:

Стоимость привлечения клиента = Стоимость рекламы / Привлечённые клиенты

$$SAC = 4500/7 = 642,85$$

642,85 руб. стоит клиент, пришедший с рекламы. Это довольно дорого, но каждый покупатель принёс в среднем почти в 10 раз больше!

Рассмотренный бизнес действительно прибыльный (мы это, конечно, знали до подсчётов). К слову, средняя цена за змей на Авито — 14 000 руб. Но юнит-экономика нам показала, как через год после покупки змей на размножение, мыкратно покроем траты. Прибыльное хобби вполне.

6.2. Оценочные средства промежуточной аттестации

Промежуточная аттестация проводится в форме зачета. Зачет в виде письменного тестирования.

Пример стандартных тестовых вопросов:

1. Какая метрика измеряет прибыльность каждой дополнительной продажи?
 - Return on Investment (ROI).
 - Margin of Incremental Sales (MIS).
 - Net Present Value (NPV).
 - Break-even Point (BEP).
2. Что означает термин «Cohort Analysis» в контексте unit-экономики?
 - Анализ групп клиентов, привлеченных в один и тот же период времени.
 - Сравнение различных производственных когорт компании.
 - Анализ конкурентов на рынке.
 - Оценка эффективности рекламных кампаний.
3. Что такое «Economies of Scale» в unit-экономике?
 - Снижение себестоимости товара при увеличении объема производства.
 - Экономия издержек при увеличении масштаба производства.
 - Снижение цены товара для привлечения новых клиентов.
 - Повышение качества товара за счет увеличения инвестиций.
4. Какие из нижеперечисленных факторов являются составляющими «Fixed Costs» (Постоянные издержки) в unit-экономике?
 - Аренда помещения и зарплата сотрудников.
 - Сырье и материалы для производства.
 - Маркетинговые расходы на привлечение клиентов.
 - Бонусы сотрудникам за достижение квартальных целей.
5. Что означает термин «Contribution Margin» в unit-экономике?

- Общая прибыль компании за определенный период времени.
 - Разница между выручкой и переменными издержками.
 - Процент прибыли, который идет на оплату налогов.
 - Общая стоимость производства единицы товара.
6. Что такое «Break-even Point» в unit-экономике?
- Момент, когда компания выходит на рынок с новым продуктом.
 - Точка, при которой компания начинает убыточно функционировать.
 - Уровень продаж, при котором компания покрывает все свои издержки.
 - Максимальная точка роста выручки от продажи товаров.
7. Какая метрика измеряет эффективность использования капитала компании?
- Return on Investment (ROI).
 - Return on Capital Employed (ROCE).
 - Net Present Value (NPV).
 - Margin of Safety (MOS).
8. Какое из нижеперечисленных определений соответствует понятию «маржинальные затраты»?
- Общие затраты на производство товара.
 - Затраты, которые остаются постоянными независимо от объема производства.
 - Затраты, связанные с производством еще одной дополнительной единицы товара. Изменение затрат при изменении объема производства на одну дополнительную единицу.
9. Что представляет собой индекс эластичности спроса?
- Соотношение цены к объему производства.
 - Соотношение предложения к спросу на рынке.
 - Относительное изменение цены в сравнении с прошлым периодом.
 - Процентное изменение объема спроса при 1% изменении цены.
10. Что характеризует точку безубыточности?
- Максимальный объем производства.
 - Объем производства, при котором прибыль максимальна.
 - Тот объем производства, при котором общие доходы равны общим затратам. Минимальные затраты на производство.
11. Что означает термин «доход на акцию»?
- Доход, получаемый компанией от продажи акций.
 - Общая прибыль компании.
 - Доход, приходящийся на одну акцию, рассчитанный как чистая прибыль, делённая на количество акций.
 - Доля компании на рынке акций.
12. Что представляет собой концепция «оптимального уровня производства»? Максимальный объем производства.
- Тот объем производства, при котором маржинальные доходы равны маржинальным затратам.
 - Объем производства, обеспечивающий максимальный спрос.

- Минимальные затраты на производство.

Тесты с креативными пояснениями

13. Разберемся с основными терминами: что такое LTV?

- 1) Loan-to-value ratio — соотношение займа к стоимости

Неправильно! LTV (Lifetime Value) — это прибыль, которую приносит вам клиент за всё время работы с ним. Вокруг этого показателя крутится маркетинг, особенно если речь идёт о e-commerce и SaaS-сервисах.

- 2) Life time value - пожизненная ценность клиента

Верно! LTV (Lifetime Value) - это прибыль, которую приносит вам клиент за всё время работы с ним.

- 3) Labor theory of value - трудовая теория стоимости

Неправильно! LTV (Lifetime Value) — это прибыль, которую приносит вам клиент за всё время работы с ним.

14. Продолжаем знакомиться с терминами: о чем нам говорит показатель ARPU?

- 1) О среднем доходе с одного пользователя за период

Верно!

- 2) О числе привлеченных пользователей

Неправильно! ARPU (Average Revenue Per User) -

средний доход, который вы получаете от каждого активного пользователя за период. Эта метрика помогает компаниям измерять ценность продукта, прогнозировать прибыль и принимать решения на основе этих цифр.

- 3) О стоимости привлечения пользователя

Неправильно! ARPU (Average Revenue Per User) — средний доход, который вы получаете от каждого активного пользователя за период. Эта метрика помогает компаниям измерять ценность продукта, прогнозировать прибыль и принимать решения на основе этих цифр.

- 4) О проценте пользователей, совершивших первую покупку

Неправильно! ARPU (Average Revenue Per User) - средний доход, который вы получаете от каждого активного пользователя за период. Эта метрика помогает компаниям

измерять ценность продукта, прогнозировать прибыль и принимать решения на основе этих цифр.

15. Какой показатель ARPU считается оптимальным?

1) От \$5 до \$20

Вы ошибаетесь. Оптимальное значение можно определить только опытным путем индивидуально для каждого проекта. Также хорошим показателем будет сравнение с результатами тех компаний, которые схожи с вами по характеристикам, объему и аудитории.

2) От \$20 до \$50.

Вы ошибаетесь. Оптимальное значение можно определить только опытным путем индивидуально для каждого проекта. Также хорошим показателем будет сравнение с результатами тех компаний, которые схожи с вами по характеристикам, объему и аудитории.

3) От \$50 и выше

Вы ошибаетесь. Оптимальное значение можно определить только опытным путем индивидуально для каждого проекта. Также хорошим показателем будет сравнение с результатами тех компаний, которые схожи с вами по характеристикам, объему и аудитории.

4) ARPU не имеет оптимального значения

Верно!

16 Чем ARPU отличается от ARPPU?

1) Это средний доход с одного платящего пользователя за период.

Угадали! Дополнительная P - это Paying (платящие).

ARPU показывает средний доход на всех пользователей, даже тех, кто в этом месяце не заплатил ничего. ARPPU - это доход на одного платящего пользователя. Платящих всегда меньше, поэтому этот показатель всегда выше.

2) Это средний доход с одного лида за период.

Нет! Дополнительная P - это Paying (платящие).

ARPU показывает средний доход на всех пользователей, даже тех, кто в этом месяце не заплатил ничего. ARPPU - это доход на одного платящего пользователя. Платящих всегда меньше, поэтому этот показатель всегда выше.

3) Это средняя стоимость привлечения платящего пользователя за период.

Нет! Дополнительная Р — это Paying (платящие). ARPU показывает средний доход на всех пользователей, даже тех, кто в этом месяце не заплатил ничего. ARPPU — это доход на одного платящего пользователя. Платящих всегда меньше, поэтому этот показатель всегда выше.

17. Как правильно рассчитать стоимость привлечения клиента (CAC)?

1) Сумма расходов на рекламу за период / Количество привлеченных клиентов за период

По сути оба варианта правильные, но первый вариант учитывает лишь стоимость затрат на маркетинг, а второй оценивает стоимость со стороны всего вашего проекта. С помощью первой формулы удобно считать CAC для разных каналов. Но только вторая поможет вам оценить рентабельность для всего проекта.

2) Расходы на рекламу + Расходы на сотрудников + дополнительные расходы / количество привлеченных клиентов

По сути оба варианта правильные, но первый вариант учитывает лишь стоимость затрат на маркетинг, а второй оценивает стоимость со стороны всего вашего проекта. С помощью первой формулы удобно считать CAC для разных каналов. Но только вторая поможет вам оценить рентабельность для всего проекта.

3) Ни один из вариантов

Нет!

4) Оба варианта правильные

Верно!

Таблица 8 – Оценивание слушателя на зачете по дисциплине

Баллы (рейтинговой оценки)*, %	Оценка ECTS	Оценка	Требования к знаниям
85-100	A	зачтено	Знать: Терминологию и элементы unit-экономики, влияющие на экономическое развитие. Особенности unit-экономики. Уметь: Осуществлять выбор метода оценки и варианта unit-экономики Владеть: Навыками оценки эффективности в рамках unit-экономики
78-84	B	зачтено	Знать: Терминологию и особенности unit-экономики

			<p>Уметь: Осуществлять выбор метода оценки unit-экономики</p> <p>Владеть: Навыками оценки эффективности в рамках unit-экономики</p>
71-77	C	зачтено	<p>Знать: Терминологию и особенности unit-экономики</p> <p>Уметь: Рассчитывать основные показатели unit-экономики</p> <p>Владеть: Навыками оценки эффективности unit-экономики</p>
61-70	D	зачтено	<p>Знать: Основные термины, определения и принципы оценки unit-экономики</p> <p>Уметь: Рассчитывать основные показатели оценки эффективности в рамках unit-экономики</p>
50-60	E	Зачтено	Знать: Основные термины, определения и принципы оценки unit-экономики
40-49	FX	Не зачтено	<p>НЕ Знать: принципы оценки эффективности в рамках unit-экономики</p> <p>НЕ уметь: Рассчитывать хотя бы один показатель оценки эффективности в рамках unit-экономики</p>
<40	F	Не зачтено	НЕ Знать: Основные термины и определения unit-экономики принципы оценки unit-экономики

** Баллы (рейтинговой оценки) приводятся в случае применения балльно-рейтинговой системы.*

7. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

7.1. Основная литература:

1. Воробьев В.И. Расчет окупаемости продуктов с помощью применения модели юнит-экономики / В.И. Воробьев // Студенческий вестник. - 2019. - №8
2. (52). - С.10-12.
3. Боровко Ю.Г., Ермашевич Н.С. Возможности применения модели юнит-экономики к анализу деятельности субъектов малого предпринимательства и обоснованию целесообразности диверсификации бизнеса // Вектор экономики. 2019. № 11. URL: [Link economicsmanagement/Borovko_Ermashkevich2.pdf](http://Link.economicsmanagement/Borovko_Ermashkevich2.pdf)
4. Берлизев А.К. Комплексная оценка проектов малых инновационных предприятий при вузах в условиях цифровой экономики // Вестник Алтайской академии экономики и права. 2021. № 3. Ч. 2. С. 146–152.

5. Давиденко Л.М., Линьши С.Ю. Юнит экономика в секторе молодежного предпринимательства: принципы, методы реализации // Вестник инновационного евразийского университета. 2020. № 4. С. 76–84.
6. Васильева Е.В., Лосева В.В. Воронка онлайн-продаж как аналитический инструмент управления эффективностью бизнеса // Управление. 2019. Т. 7. № 3. С. 63–74.
7. Шеремет, А. Д. Методика финансового анализа деятельности коммерческих организаций : практическое пособие / А.Д. Шеремет, Е.В. Негашев. – 2-е изд., перераб. и доп. – Москва : ИНФРА-М, 2024. – 208 с.
8. Юнит-Экономика (Unit Economics): Полное руководство 2025 / [авт. колл.]. — 2025. — Электрон. ресурс. — URL: <https://leadstartup.ru/unit-economics>

7.2. Дополнительная литература:

1. Entrepreneurship.Starting and operating a small business. S. Mariotti and C. Glackin. Pearson education, 4 th edition, 2014.
2. Романчук А.А. Роль юнит-экономики при диджитализации бизнеса // Молодой ученый. 2020. № 26. С. 127–129.
3. Романс Э. - Настольная книга венчурного предпринимателя: Секреты лидеров стартапов - М.: Альпина Паблишер - 2020 - <https://hse.alpinadigital.ru/audio/22001>
4. Спиридонова, Е. А. Создание стартапов : учебник для вузов / Е. А. Спиридонова. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 193 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14065-1. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/519896> (дата обращения: 28.08.2023).

8. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ И ПРОГРАММНОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

При реализации дисциплины используется компьютерное и мультимедийное оборудование для демонстрации слайдов по темам лекций с использованием лицензионного программного обеспечения Microsoft Office 2010 Professional (Word, Excel, Access, PowerPoint). Аудитория должна быть укомплектована необходимым количеством столов и стульев с расчетом на каждого слушателя группы, белой доской для написания маркерами или флипчартом для бумаги большого формата, маркерами (красный, черный, зеленый, синий), губкой для досок, оборудованием для показа презентаций и слайдов (компьютер, проектор, экран).