



Створення та розвиток ІТ-продуктів

Робоча програма навчальної дисципліни (Силабус)

Реквізити навчальної дисципліни

Рівень вищої освіти	Перший (бакалаврський)
Галузь знань	28 Публічне управління та адміністрування
Спеціальність	281 Публічне управління та адміністрування
Освітня програма	Адміністративний менеджмент
Статус дисципліни	Вибіркова
Форма навчання	Очна (денна)
Рік підготовки, семестр	3-4 курс, осінній семестр
Обсяг дисципліни	4 кредити ЄКТС / 120 годин, лекції 18 год., практичні заняття 36 год., самостійна робота 66 год.
Семестровий контроль/ контрольні заходи	Залік, модульна контрольна робота
Розклад занять	https://schedule.kpi.ua/
Мова викладання	Українська
Інформація про керівника курсу / викладачів	Лекції, практичні / семінарські: Архипова Євгенія Олександрівна, к.філос.н., доцент, вебсторінка викладача: https://ktpu.kpi.ua/faculty/arhypova/ , e-mail: evgar55@gmail.com
Розміщення курсу	https://classroom.google.com

Програма навчальної дисципліни

1. Опис навчальної дисципліни, її мета, предмет вивчення та результати навчання

Курс створений в межах освітнього проекту, ключовими учасниками якого є Мінцифри, МОН, українська ІТ-компанія Genesis, Product IT Foundation for Education, ВНЗ України. Це перший всеукраїнський інтерактивний курс у форматі віртуального стажування для студентів ЗВО від українського продуктового ІТ-бізнесу, який пропонує студентам лекції та інтерактиви на LMS-платформі, у поєднанні із семінарськими заняттями, які веде сертифікований викладач (координатор курсу).

Метою дисципліни є розвиток підприємницького мислення студентів, посилення практичної складової у закладах освіти, розвиток ринку продуктового ІТ та профорієнтації в продуктовому ІТ.

Предметом вивчення є базові знання з продуктового ІТ, підприємництва і продакт-менеджменту, а також. Дисципліна дає огляд технічних та нетехнічних професій в сфері ІТ, сприяючи розвитку компетенцій для перших кроків у продуктовій ІТ-компанії або запуску власного продуктового ІТ-бізнесу.

Навчальна дисципліна у комплексі з іншими освітніми компонентами сприяє розвитку таких програмних компетентностей та програмних результатів навчання:

- загальні компетентності:

- ✓ Здатність вчитися та оволодівати сучасними знаннями.

- ✓ Здатність до адаптації та дії в новій ситуації.
- ✓ Здатність працювати в команді.
- ✓ Вміння виявляти, ставити та вирішувати проблеми.
- ✓ Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел.
- ✓ Навички міжособистісної взаємодії.
- ✓ Здатність спілкуватися з представниками інших професійних груп різного рівня (з експертами з інших галузей знань/видів діяльності).

- фахові (спеціальні, предметні) компетентності:

- ✓ Здатність здійснювати інформаційно-аналітичне забезпечення управлінських процесів із використанням сучасних інформаційних ресурсів та технологій.
- ✓ Здатність впроваджувати інноваційні технології.

- програмні результати навчання:

- ✓ Розуміти та використовувати технології вироблення, прийняття та реалізації управлінських рішень.
- ✓ Уміти здійснювати пошук та узагальнення інформації, робити висновки і формувати рекомендації в межах своєї компетенції.

2. Пререквізити та постреквізити дисципліни (місце в структурно-логічній схемі навчання за відповідною освітньою програмою)

Дисципліна «Створення та розвиток ІТ-продуктів» є вибірковою дисципліною, яка може вивчатися студентами без будь-яких попередніх умов. Дисципліна сприяє розвитку підприємницького мислення студентів та стане в нагоді при опануванні дисциплін економічного, підприємницького напрямку. Дисципліна сприяє кращому розумінню процесів цифровізації, а також створення та просування інформаційних продуктів у різних сферах професійної діяльності.

3. Зміст навчальної дисципліни

1. Вступ до дисципліни. Команда ІТ-продукту.
2. Пошук ідей та розробка MVP.
3. Ухвалення рішень в ІТ-продуктах.
4. Продуктова аналітика.
5. Маркетинг в продуктовому ІТ.
6. Продуктовий дизайн.
7. Поведінка користувача в ІТ.
8. Технічна частина продукту.
9. Управління командами. Запуск ІТ-продукту.

4. Навчальні матеріали та ресурси

Базові ресурси:

1. Навчальні матеріали та ресурси розміщені на платформі онлайн-стажування. URL: <https://strum.education/> (дата звернення 10.05.2025).
2. Блог української кофаундингової ІТ-компанії Genesis : вебсайт. URL: <https://www.gen.tech/blog> (дата звернення 10.05.2025).

Додаткові джерела:

1. Мещерякова К. «[Хочу піти в продуктове ІТ, але не знаю, що це](#)». Пояснюємо разом із фахівцями Genesis. *High Bar Journal*. 30.08.2021. URL: <https://journal.gen.tech/post/sho-take-productove-it> (дата звернення 10.05.2025).

2. [30 років незалежності і 5 українських стартапів-єдинорогів](https://dev.ua/news/unicorns-in-ukraine). Хто вони. 23.08.2021. Dev.ua : вебсайт. URL: <https://dev.ua/news/unicorns-in-ukraine> (дата звернення 10.05.2025).
3. [Топ технологічних компаній світу](https://www.forbes.com/top-digital-companies/list/). Forbs : вебсайт. URL: <https://www.forbes.com/top-digital-companies/list/> (дата звернення 10.05.2025)
4. [Шевченко К. Структурувати хаос: хто такий продакт-менеджер](https://journal.gen.tech/post/hto-takyi-product-manager). High Bar Journal. 2022. URL: <https://journal.gen.tech/post/hto-takyi-product-manager> (дата звернення 10.05.2025).
5. [Product Development Curcle](https://www.productplan.com/glossary/product-development-cycle/). Productplan : вебсайт. URL: <https://www.productplan.com/glossary/product-development-cycle/> (дата звернення 10.05.2025).
6. Солкаріан Л. [Як запустити освітній проєкт або як 15 джунів за 3 місяці створили сервіс для українців, що виїхали за кордон](https://dev.ua/blogs/posts/yak-zapustyty-osvitnii-proiekt-blog). Dev.ua : вебсайт. 8.04.2024. URL: <https://dev.ua/blogs/posts/yak-zapustyty-osvitnii-proiekt-blog> (дата звернення 10.05.2025).

Навчальний контент

5. Методика опанування навчальної дисципліни (освітнього компонента)

При викладанні дисципліни використовуються різні групи методів, зокрема словесні (розповідь, дискусія, коментування тощо), наочні (ілюстрування, презентації, слайди, схеми, графіки, демонстрація сайтів, відео тощо), практичні (віртуальне стажування, кейс-стаді, ділові ігри, робота з текстом, мозковий штурм. Також використовуються методи проблемних ситуацій, демонстрації пошукової діяльності, активізуючих запитань, перевернутого класу. В ході опанування дисципліни використовуються методи індивідуальної та групової роботи. В процесі навчання використовуються сервіс відеоконференцій Zoom, месенджери, Електронний кампус КПІ, інтерактивна LMS платформа STRUM.

Структура навчальної дисципліни

Лекційні заняття
Лекція 1. Вступ до дисципліни. Команда ІТ-продукту 1. Задачі та структура курсу 2. Сфера ІТ-продуктів, цінність ІТ-продуктів 3. Бізнес-модель та монетизація 4. Базові метрики 5. Product market fit 6. Цикл розвитку продукту 7. З яких спеціалістів складається продуктова команда 8. Основні патерни та динаміка взаємодії між різними членами команди
Лекція 2. Професія продакт-менеджера. Пошук та валідація ідеї 1. Поняття «продакт-менеджер». Чим займаються продакт-менеджери (компетентності) 2. Hard skills та soft skills продакт-менеджерів. Зони відповідальності продакт-менеджерів. 3. Як продакт-менеджер ставить цілі команді та їх вимірює 4. Поняття та розробка продуктової стратегії 5. Як знайти ідею для свого продукту. Кейс Uber 6. Потреби та болі ЦА 7. Дослідження ЦА (кількісні та якісні), desk-дослідження

8. MVP: поняття, етапи, критерії тестування ідеї, критерії успішності

Лекція 3. Ухвалення рішень в ІТ-продуктах

1. Пріоритезація задач в роботі над продуктом
2. фреймворк для пріоритезації завдань RICE
3. модель пріоритизації Value / Effort
4. дизайн-мислення
5. мистецтво сказати «так» або «ні»

Лекція 4. Продуктова аналітика

1. Що таке метрики та як їх вимірювати
2. Метрики для вимірювання в продукті
3. Гіпотези (як формувати та перевіряти)
4. А/В-тести
5. SQL, бази даних
6. Продуктовий аналітик: задачі, hard skills та soft skills

Лекція 5. Маркетинг в продуктовому ІТ

1. Які є напрямки в маркетингу в продуктивій команді
2. Performance маркетинг та залучення користувачів
3. Основні маркетингові поняття
4. Інструменти аналізу ринку та цільова аудиторія продукту.
5. Метрики. Як маркетинголог працювати з метриками
6. Інструменти аналізу ринку та цільової аудиторії (similarweb, sensortower, quora)

Лекція 6. Продуктовий дизайн

1. Сутність та задачі дизайну
2. Напрямки дизайну в продуктовому ІТ
3. Сутність продуктового дизайну
4. Продуктовий дизайнер, motion-дизайнер, ілюстратор та маркетинг-дизайнер
5. Роль та місце продуктового дизайнера в розвитку ІТ-продуктів

Лекція 7. Поведінка користувача в ІТ

1. Поняття user experience
2. Основні правила поведінки користувачів продукту
3. Поведінкова модель Браяна Фога
4. Наджинг (nudging). Прийоми роботи з патернами поведінки
5. Способи схиляння юзерів до користування продуктом
6. Behavioral tricks

Лекція 8. Тех-частина розробки ІТ-продукту. Тех-спеціалісти продуктової команди

1. Вплив тех-частини на процес розробки продукту
2. «Технічні» спеціальності в продуктовому ІТ
3. «Технічні» спеціалісти в продуктивій команді
4. З чим щодня працюють тестувальники та розробники
5. Основні мови програмування

Лекція 9. Управління командами та лідерство

1. Основи менеджменту команд
2. Принципи найму працівників
3. Основні процеси менеджменту команди
4. Компетенції менеджера
5. Мотивація команд та інструменти управління

Семінарські заняття

Семінар 1. Запуск курсу. Професія продакт-менеджера

1. Чому цей курс важливий.
2. Як буде проходити навчання
3. Як буде оцінюватись курс, силабус.
4. Можливості курсу для студента;
5. Хто такий продакт-менеджер, якими компетенціями володіє
6. Як продакт-менеджер ставить цілі команді та їх вимірює
7. Розробка product strategy

Семінар 2. Можливості сфери IT-продукту

1. Про сферу продуктового IT у цифрах;
2. Кейс-стаді: створення IT-продуктів.
3. Гра «Продукт: Потреба – ЦА – Рішення».
4. Анонс кінцевого завдання курсу;

Семінар 3. Захисти домашнього завдання №1

Опис продукту, аналіз успішності продукту.

Завдання на семінар. Проаналізувати в парах будь-який продукт, яким ви користуєтесь, за поданими критеріями. Обґрунтувати, чому продукт є успішним. Підготувати і представити слайд за шаблоном.

Критерії аналізу продукту:

1. Value (Яка цінність продукту для користувача?);
2. Цільові аудиторії (Для кого створений продукт? Хто продуктом користується?);
3. Потреби (Які потреба та болі цільової аудиторії «закриває» продукт?);
4. Бізнес-модель (Внаслідок чого продукт монетизується? Як заробляє гроші?);
5. Конкуренти (Які компанії та продукти є прямими та непрямыми конкурентами аналізованого продукту?);
6. Кількість користувачів (Скільки користувачів користується продуктом?).

Чеклист для оцінки:

- Наявність заповненого слайда;
- Продукт проаналізовано за всіма поданими вище критеріями;

- Правильно визначено цільову аудиторію продукту (географія, демографія, соціальний статус, мотивація);
- Коректно, і спираючись на достовірні джерела, визначено які потреби задовольняє продукт;
- Наявна аргументована відповідь на запитання «Чому цей продукт ми вважаємо успішним?», яка спирається на категорії та поняття вивчені у 1-2 модулях курсу (а саме, Product market fit, прибутковість, retention, цінність для користувача).

Семінар 4. Модель “Lean Canvas”. Сфери IT- продуктів

1. Презентація моделі “Lean Canvas”;
2. Розбір Lean Canvas моделі продукту “ShortRead”;
3. Знайомство з сферами IT-продуктів;
4. Вибір сфери майбутнього продукту.

Семінар 5. Формування команд

1. Ролі в команді (приклад організації роботи над концепцією продукту);
2. Питання та правила для роботи в команді.
3. Вправи на роботу в команді.
4. Організація роботи в команді над концепцією продукту.
5. Заповнення чеклисту командної зустрічі.
6. Голосування

Семінар 6. Захисти домашнього завдання №2

Завдання на семінар. Описати у команді за моделлю Lean Canvas будь-який продукт із вибраної ніші.

Чеклист для оцінки:

- заповнена модель Lean Canvas за всіма вказаними в шаблоні критеріями;
- наявність посилань на використану інформацію;
- студент коротко презентує бізнес-концепцію, спираючись на модель Lean Canvas, відповідає на запитання.
- якісно заповнений блок із метриками;
- перераховані 2-3 метрики із курсу-симулятора, що відповідають продукту;
- визначено North Star метрику.

Семінар 7. Креативність, пошук нестандартних рішень та пошук ідей

1. Поняття креативності
2. Методи брейнштормінгу.
3. Методи пошуку ідей для продуктів;
4. Методи дослідження ЦА.
5. Гра-брейнштормінг: «Продукт для студентів»
6. Презентація ДЗ №3.

Семінар 8. Поведінка споживачів

1. Знайомство із законами та принципами UX-дизайну;
2. Конкретні приклади використання принципів UX-дизайну в IT-продуктах: кейс-стаді.
3. Дослідження впливу принципів UX-дизайну на поведінку споживачів
4. Презентація ДЗ №3.

Семінар 9. Захисти домашнього завдання №4

Завдання на семінар. Проаналізувати будь-який цікавий для студента додаток або сайт на предмет наявності в ньому законів та принципів з UX-дизайну.

Можливі питання для аналізу:

- які з законів та принципів UX-дизайну наявні в додатку;
- де саме, на якому етапі взаємодії з продуктом використовується (ілюструвати прикладами, скріншотами з додатка / сайту);
- яку конкретну функцію виконують наведені закони та принципи UX-дизайну;
- як вони впливають на поведінку користувача;
- що можна додати / змінити / прибрати в UX-дизайні продукту;

які приклади з конкурентних продуктів можна навести (якщо є).

Семінар 10. IT-професії та створення власного CV

- Основні професії в IT;
- Розбір навичок, необхідних для початку свого кар'єрного шляху;
- Створення CV. Тренди та запити рекрутерів.

Семінар 11. Презентація домашнього завдання №5 (факультативне)

Завдання на семінар:

1. Знайти на платформі LinkedIn спеціалістів зі сфери IT за одним із напрямів, розглянутих на занятті;
2. Скласти й написати спеціалістам інтро-повідомлення;
3. Поділитися результатами зі своїми колегами на занятті.

Семінар 12. Пітчдеки стартапів та інвестиції

1. Знайомство студентів із поняттям інвестицій та обґрунтування їхньої важливості для стартапів;
2. Розбір пітчдеків — що це, які бувають формати та види, загальна структура;
3. Приклади пітчдеків — кейс-стаді.

Семінар 13. Запуск продукту

- алгоритм запуску продукту
- визначення успішності IT-продукту.
- Модульна контрольна робота.

Семінар 14. Командні консультації. Попереднє обговорення

Семінар 15. Презентація домашнього завдання № 6 (факультативно):

Зміст завдання

1. Підготувати презентацію свого пітчдеку за наведеною структурою.
2. Вибрати, де саме та кого з інвесторів студент планує залучити (платформи, ангели, краудфандинг тощо).
3. Презентувати ідею продукту у форматі Idea та Elevator Pitch на занятті.

Семінари 16-18. Захисти атестаційних завдань

- Командні захисти
- Обговорення
- Підсумкове голосування

6. Самостійна робота студента

Всі обов'язкові для вивчення теми розкриваються на заняттях та на платформі. Самостійна робота студентів полягає в проходженні онлайн-стажування на платформі STRUM та в опрацюванні додаткових джерел для поглибленого розуміння окремих питань курсу.

Орієнтовне планування здобувачем освіти свого часу (академічних годин) на виконання окремих робіт СРС з навчальної дисципліни

№ з/п	Вид роботи студента /студентки	Норма часу, год.	Кількість	Всього, годин
1.	Підготовка до лекції	0,5	9	4,5
2.	Підготовка до практичного заняття, робота з літературою та навчальними ресурсами за тематикою програмного матеріалу	2,9	18	51,5
3.	Підготовка до МКР	4	1	4
4	Підготовка до заліку	6	1	6
	Всього			66

Політика та контроль

7. Політика навчальної дисципліни (освітнього компонента)

Організація вивчення дисципліни

Програмою дисципліни передбачено проходження віртуального стажування на онлайн-платформі та участь студентів у практичних заняттях із викладачем.

На онлайн-платформі розміщено, зокрема, відеолекції від практиків, лекції у форматі діалогів, блоки мікронавчання та симуляції, кейси і досвід сучасних українських компаній, інфографіки, скринкасти, тестування, словники термінів тощо. Матеріали згруповані у 11 модулів.

Проходження модулів на онлайн-платформі здійснюється студентами у вільному режимі але із дотриманням загальних дедлайнів по модулям, оскільки онлайн-стажування синхронізоване з практичними заняттями.

Заняття, їх відвідування та пропуски

Всі аудиторні (zoom) заняття є інтерактивними і включають:

1. Вправи і тренінгові елементи для розвитку навичок.
2. Командні завдання для студентів.
3. Питання для залучення аудиторії.
4. Можливість студентів обговорити матеріали і поставити запитання.
5. Інформаційні блоки від викладача.

На заняттях студенти захищають роботи, що є складовою РСО.

Програмою курсу передбачено захист (презентація) підсумкової командної роботи на занятті, проте в умовах воєнного стану форма звітування може бути змінена (індивідуально або для всіх студентів – в залежності від розгортання подій).

Академічна доброчесність та використання ШІ

Принципи академічної доброчесності та норми етичної поведінки визначені у розділах 2 та 3 Кодексу честі Національного технічного університету України «Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського». Заборонено представлення чужих навчальних та/або наукових результатів як своїх. Детальніше: <https://kpi.ua/code>.

При використанні інструментів ШІ студенти мають враховувати "Політику використання штучного інтелекту для академічної діяльності в КПІ ім. Ігоря Сікорського" (розміщення: <https://osvita.kpi.ua/node/1225>), зокрема те, що використання ШІ для створення враження, що здобувач знає більше, ніж є насправді, є академічним порушенням.

Політикою дисципліни дозволено використовувати інструменти генеративного ШІ при підготовці до занять та виконанні атестаційного завдання з дисципліни. В той же час, студенти мають пам'ятати про обмеження, притаманні будь-яким системам ШІ. Студент повинні **сприймати згенерований ШІ текст критично**, що, окрім іншого, потребує достатнього для виявлення можливих помилок ШІ рівня розуміння матеріалу. Категорично заборонено видавати згенеровані ШІ матеріали як результат власної самостійної роботи без подальшого опрацювання, перевірки та верифікації.

8. Види контролю та рейтингова система оцінювання результатів навчання (РСО)

Поточний контроль: участь у практичних заняттях, проходження онлайн-симулятора, виконання тематичних завдань.

Календарний контроль: провадиться двічі на семестр (на 7 та 13 тижнях) як моніторинг поточного стану виконання вимог силабусу.

Семестровий контроль: залік.

Рейтинг студента з дисципліни складається з балів, які він отримує за:

№ з/п	Складові РСО	Бали
1	Бали на платформі (в онлайн-симуляторі), в т.ч. проходження підсумкового тестування (МКР)	54
2	Виконання та презентація домашніх завдань	24
3	Виконання та захист підсумкового (атестаційного) завдання	20
	Всього	100

1. Бали на платформі (в онлайн-симуляторі) – 54 бали, в тому числі:

1.1. Дотримання строків проходження модулів на платформі – 11 балів.

11 вчасно пройдених модулів * 1 бал =11 балів

1.2. Успішність проходження завдань на платформі – 43 бали.

Виконуючи завдання в онлайн-симуляторі, можна отримати до 83 балів. Бали нараховуються за правильні відповіді на контрольні питання в межах модулів (58 балів) та за фінальне тестування (МКР), яке оцінюється в 25 балів. $58+25=83$ бали на платформі.

Для переведення набраних на платформі балів у складову РСО, ці бали множаться на коефіцієнт 0,52.

Тобто:

83 (максимальні бали в онлайн-симуляторі) * $0,52$ (сталий коефіцієнт) = 43 бали.

2. Виконання та презентація домашніх завдань – 26 балів.

В курсі передбачено 4 обов'язкових домашніх завдання:

Тема домашнього завдання	Бали
1. Аналіз вибраного продукту за критеріями (в парах)	5
2. Опис існуючого продукту в обраній сфері за моделлю Lean Canvas	10
3. Пошук ідей продукту. Брейнштурмінг	5
4. Застосування законів та принципів UX-дизайну. Поведінка споживача	6

3. Виконання та захист підсумкового (атестаційного) завдання – 20 балів.

Підсумкове завдання полягає у представленні концепції створення та розвитку ІТ-продукту.

Короткий зміст роботи представлений у Додатку А. Критерії оцінювання та чек-лист до підсумкового завдання публікується в гугл-класі.

Виконані завдання та презентації до них надсилаються в гугл-клас, команда презентує свій проєкт на практичному занятті.

Загальні критерії оцінювання домашніх завдань та атестаційного завдання наступні.

- повна відповідність чек-листу оцінювання, виконані всі задачі завдання, студенти можуть пояснити та обґрунтувати відповідь, відповісти на уточнюючі питання – 90% від максимального балу.
- завдання виконано на високому рівні, виконані майже всі пункти згідно із чек-листом, допускаються окремі відхилення чи неточності, які студент може виправити в процесі обговорення – 75% від максимального балу.
- завдання виконано на мінімально достатньому рівні згідно із чек-листом, якість опрацювання матеріалів прийнятна – 60% від максимального балу.
- робота не відповідає вимогам вище – 0 балів.

Додаткові бали можна отримати за виконання і презентацію факультативних завдань (ДЗ №5 та ДЗ 6), проходження інших онлайн-курсів за тематикою дисципліни. Загальна сума заохочувальних (додаткових) балів не може перевищувати 10 балів.

Атестація студентів денної форми навчання проводиться двічі за навчальний семестр (на 7 та 13 тижнях). Студент є атестованим, якщо його поточний рейтинг складає не менше половини максимально можливого балу на момент виставлення атестації.

Для отримання заліку з навчальної дисципліни «автоматом» потрібно мати рейтинг не менш ніж 60 балів. Студенти, які наприкінці семестру мають рейтинг менше 60 балів, а також ті, хто хоче підвищити оцінку у системі ECTS, виконують залікову роботу.

Умовою допуску студента до залікової контрольної роботи є рейтинг від 40 балів. При цьому попередній рейтинг студента з навчальної дисципліни скасовується і він отримує оцінку за результатами залікової роботи.

Залікова робота складається з теоретичної та практичної частин:

- 1) Теоретична частина: тест за матеріалами курсу: 40 питань * 2 бали = 80 балів. Якщо студент правильно відповів менше ніж на 60% запитань, залік вважається нескладеним (тест оцінюється в 0 балів).
- 2) Практична частина: захист атестаційного завдання - 20 балів (додаток А) *.

Питання для підготовки до заліку наведені у Додатку Б.

* Примітки

Якщо студент захистив атестаційне завдання раніше, оцінка може перезараховуватися.

Якщо студент не встиг вчасно доєднатись до командної роботи над проєктом, то завдання виконується самостійно.

Підсумкова оцінка формується шляхом переведення суми балів, отриманих за:

- семестрові завдання (для тих, хто отримує залік «автоматом») або
- залікова робота (для тих, хто складав залік)

згідно з таблицею, наведеною нижче.

Таблиця відповідності рейтингових балів оцінкам за університетською шкалою:

Кількість балів	Оцінка
100-95	Відмінно
94-85	Дуже добре
84-75	Добре
74-65	Задовільно
64-60	Достатньо
Менше 60	Незадовільно
Не виконані умови допуску	Не допущено

9. Додаткова інформація з дисципліни (освітнього компонента)

Проходження онлайн-курсів

Визнання результатів навчання, набутих через неформальну/ інформальну освіту, здійснюється у відповідності до Положення. За проходження сторонніх онлайн-курсів за тематикою дисципліни (за умови пред'явлення відповідного сертифіката, отриманого в цьому семестрі) студенту нараховуються заохочувальні бали в обсязі до 10 % семестрового рейтингу (до 10 балів в цілому).

Деякі онлайн-курси за тематикою дисципліни:

ІТ-продукт з нуля: з чого розпочати та як розвивати? (4 години). URL:

https://courses.prometheus.org.ua/courses/course-v1:Prometheus+IT101+2022_T1/about – 6 балів

Успішний стартап: від ідеї до масштабування (3 години) URL:

https://courses.prometheus.org.ua/courses/course-v1:UkrainianStartupFund+S_STARTUP101+2023_T1/about

- 5 балів.

Інклюзивне навчання

Навчальна дисципліна може викладатися для всіх студентів з особливими освітніми потребами. У разі потреби завдання можуть бути скориговані.

Навчання іноземною мовою

Додатковий матеріал в межах окремих тем може пропонуватися англійською мовою.

Робочу програму навчальної дисципліни (силабус):

Складено: доцентом кафедри теорії та практики управління, кандидатом філософських наук, доцентом Архиповою Євгенією Олександрівною

Ухвалено кафедрою теорії та практики управління (протокол № 15 від 19.06.2025 р.).

Погоджено Методичною комісією факультету соціології і права (протокол № 4 від 24.06.2025 р.).

Підсумкова (атестаційна) робота

Підсумкова робота виконується в команді.

Результатом цієї командної роботи має бути створення та представлення концепції ІТ-продукту (за моделлю Lean Canvas) і алгоритму його запуску (за моделлю Genesis).

Для досягнення результату необхідно виконати наступні етапи:

1. **Знайти ідею продукту:** проблема, яку вирішує продукт;
2. **З'ясувати способи розв'язання проблеми:** як продукт буде розв'язувати цю проблему;
3. **Здійснити базове дослідження ринку:**
 - Хто буде цільовою аудиторією?
 - Скільки тих, хто потребує такого продукту?
 - Хто буде користувачами? Як зараз вони розв'язують проблему?
 - Чи є конкуренти?
 - Чи є затребувані аналоги продукту?
 - Цінність продукту, що продукт дає нового, чого немає в інших?
4. **Здійснити перевірку ідеї:** як перевірити, що продукт буде цікавим для аудиторії? Чи є ті, хто вже зараз готовий користуватись продуктом?
5. **Запропонувати спосіб монетизації та бізнес-модель:** як продукт буде приносити гроші? За що будуть платити користувачі?
6. **Визначення цілей продукту:** як вимірювати успіх продукту? Як досягати визначеного успіху?
7. **Скласти план і визначитися із MVP продукту:** які спеціалісти знадобляться для розробки продукту? Яким буде MVP?
8. **Визначити можливості релізу продукту:** як просувати продукт? Як про нього дізнаються потенційні користувачі? За яких умов вони зможуть вперше ним скористатись?
9. **Як організувати фідбек та безперервне покращення продукту?** Яким чином збирати й працювати з відгуками?

Питання для підготовки до заліку та МКР

1. Розкрийте сутність IT-продукту та обґрунтуйте його цінність для користувачів і бізнесу.
2. Проаналізуйте основні підходи до формування бізнес-моделі IT-продукту.
3. Розкрийте сутність монетизації IT-продуктів та основні її моделі.
4. Охарактеризуйте базові продуктові метрики та їх роль у розвитку продукту.
5. Розкрийте поняття Product-Market Fit та поясніть його значення для успіху продукту.
6. Проаналізуйте етапи життєвого циклу IT-продукту та їх особливості.
7. Охарактеризуйте склад продуктової команди та функції її основних учасників.
8. Проаналізуйте основні моделі взаємодії в продуктивній команді та їх вплив на ефективність роботи.
9. Розкрийте сутність професії продакт-менеджера та його роль у створенні IT-продукту.
10. Охарактеризуйте основні компетенції (hard та soft skills) та зони відповідальності продакт-менеджера у продуктивній команді.
11. Розкрийте підходи до постановки цілей у продуктивній команді та способи їх вимірювання.
12. Охарактеризуйте поняття продуктової стратегії та етапи її розробки.
13. Проаналізуйте підходи до пошуку ідей для IT-продукту та фактори їх успішності.
14. Розкрийте поняття цільової аудиторії, її потреб та «болів» у контексті розробки продукту.
15. Охарактеризуйте методи дослідження цільової аудиторії (кількісні та якісні).
16. Розкрийте сутність MVP та обґрунтуйте його роль у перевірці продуктивних ідей.
17. Проаналізуйте критерії успішності MVP та підходи до тестування ідей.
18. Розкрийте сутність процесу ухвалення рішень у продуктивних IT-командах.
19. Охарактеризуйте основні підходи до пріоритезації задач у продуктивній розробці.
20. Проаналізуйте фреймворк RICE та його застосування у продуктовому менеджменті.
21. Розкрийте модель Value/Effort та її значення для визначення пріоритетів.
22. Охарактеризуйте сутність дизайн-мислення та його роль у створенні продуктів.
23. Обґрунтуйте значення прийняття рішень «так/ні» у контексті управління продуктом.
24. Розкрийте значення продуктивних метрик та підходи до їх вимірювання, охарактеризуйте ключові метрики IT-продуктів.
25. Розкрийте поняття гіпотези в продуктивній аналітиці та етапи її перевірки.
26. Проаналізуйте сутність A/B-тестування та його роль у розвитку продукту.
27. Охарактеризуйте роль SQL та баз даних у продуктивній аналітиці.
28. Розкрийте функції та компетенції продуктового аналітика в IT-команді.
29. Розкрийте сутність маркетингу в продуктовому IT та його основні напрями.
30. Охарактеризуйте підходи до залучення користувачів у рамках performance-маркетингу.
31. Проаналізуйте основні маркетингові метрики та їх значення для продукту.
32. Розкрийте підходи до аналізу ринку та цільової аудиторії продукту.
33. Охарактеризуйте інструменти аналізу ринку (наприклад, SimilarWeb, SensorTower) та їх застосування.
34. Розкрийте сутність продуктового дизайну та його роль у створенні IT-продуктів.
35. Охарактеризуйте основні напрями дизайну в продуктовому IT.
36. Проаналізуйте функції продуктового дизайнера та його взаємодію з командою.
37. Розкрийте сутність user experience та його значення для успіху продукту.
38. Охарактеризуйте основні принципи поведінки користувачів у цифрових продуктах.
39. Проаналізуйте поведінкову модель Браяна Фога та її застосування.
40. Розкрийте сутність nudging та методи впливу на поведінку користувачів.
41. Охарактеризуйте behavioral tricks та їх роль у залученні користувачів.
42. Розкрийте роль технічної складової у розробці IT-продукту та її вплив на процес створення продукту.

43. Охарактеризуйте основні технічні ролі в продуктивій ІТ-команді (розробники, тестувальники, DevOps) та їх функції у процесі створення продукту.
44. Проаналізуйте особливості взаємодії продакт-менеджера з технічними спеціалістами у процесі розробки ІТ-продукту.
45. Розкрийте основні інструменти та підходи, які використовують розробники і тестувальники у щоденній роботі над продуктом.
46. Охарактеризуйте ключові принципи управління командами в ІТ та їх значення для досягнення продуктивих цілей.
47. Проаналізуйте підходи до мотивації членів продуктивій команди та роль менеджера у формуванні ефективного робочого середовища.
48. Розкрийте сутність лідерства в ІТ-командах та обґрунтуйте значення управлінських компетенцій для успішного розвитку продукту.