



Міністерство освіти і науки України

ОДЕСЬКА ДЕРЖАВНА АКАДЕМІЯ БУДІВНИЦТВА ТА АРХІТЕКТУРИ

ННІ Бізнесу та інформаційних технологій
Кафедра Менеджменту і маркетингу

СИЛАБУС освітнього компонента – ВК фаховий **Product-менеджмент**

Освітній рівень	перший (бакалаврський)
Галузь знань	19 Архітектура та будівництво
Спеціальність	192 Будівництво та цивільна інженерія
Освітня програма	ОПП Будівництво та цивільна інженерія
Обсяг освітнього компонента	3 кредити ECTS (90 академічних годин)
Види аудиторних занять	лекції, практичні
Індивідуальні завдання	контрольна робота
Форми підсумкового (семестрового) контролю	залік

Викладач (Викладачі):

Сакун Ганна Олександрівна, к.ф.н., доцент кафедри менеджменту і маркетингу,
sakun.anna@odaba.edu.ua

В процесі вивчення освітнього компонента у здобувачів вищої освіти сформуються навички та вміння в управлінні продуктом, а саме від оцінки клієнта та створення MVP до масштабування, аналітики та управління бюджетом.

Передумови для вивчення освітнього компонента: є набуття теоретичних знань та практичних навичок за такими дисциплінами, як: Психологія, Інформатика, Теорія організацій, Менеджмент, Маркетинг, WEB-дизайн, Організація виробництва.

Диференційовані програмні результати навчання:

знати:

- основні завдання продакт-менеджменту;
- життєві цикли розробки продукту;
- етапи розробки продуктової стратегії;
- вимоги до розробки продукту;
- показники продукту;
- основні метрики ефективності продукту;

володіти:

- аналітичними інструментами управління продуктами в ІТ: Jira - для постановки завдань, контролю термінів, відстеження виконання, Trello - для візуалізації завдань, канбан-дощок, Asana - для управління завданнями, командної роботи;
- інструментами аналітики продукту: Google Analytics - для відстеження трафіку, поведінки користувачів, Mixpanel - для аналізу продуктових метрик, воронки продажів, Hotjar - для запису дій користувачів, створення теплових карт;
- інструментами прототипування, такими як Figma - для створення прототипів інтерфейсів, веб-сайтів;

– інструментами тестування, такими як UserTesting - для тестування юзабіліті, збору зворотного зв'язку;

вміти:

- аналізувати дані про ринок, конкурентів і користувачів;
- інтерпретувати дані, виявляти тренди і розуміти ключові метрики успіху;
- працювати з командою і здатність мотивувати її до досягнення спільних цілей;
- аналізувати зворотній зв'язок користувачів, щоб визначити слабкі місця продукту та сфери для поліпшення;
- формувати позиціонування та масштабування продукту;
- управляти життєвим циклом продукту та оцінювати його ефективність;
- формувати стратегію розвитку продукту, визначати пріоритети функцій і поліпшень, керує процесом їхньої реалізації.

Тематичний план

Тема 1 Роль та місце Product-менеджменту в сучасних продуктових організаціях.

Тема 2 Життєвий цикл продукту: вдосконалення ціннісної пропозиції.

Тема 3 Ідея та пріоритизація продукту.

Тема 4 Інструменти дизайну та оцінки продукту.

Тема 5 Розробка та запуск продукту.

Тема 6 Цільова аудиторія та конкурентна стратегія продукту.

Тема 7 Процес валідації продукту.

Тема 8 Формування бізнес-моделі продукту.

Тема 9 Дистрибуція та стратегія росту продукту.

Тема 10 Монетизація та ціноутворення.

Тема 11 Взаємодія зі стейкхолдерами.

Тема 12 Споживач: стани користувача та формування звички.

Тема 13 Оптимізація контенту, моделі монетизації та конверсії.

Тема 14 Оцінка результатів та performance-менеджмент.

Тема 15 Масштабування продукту.

Критерії оцінювання та засоби діагностики

Мінімальний та максимальний рівень оцінювання щодо отримання «заліку» за освітнім компонентом «Product-менеджмент» складає від 60 балів до 100 балів.

За освітнім компонентом передбачено виконання контрольної роботи.

Контрольна робота є підсумковою самостійною роботою з освітнього компонента «Product-менеджмент» і свідчить про засвоєння студентом необхідного обсягу знань з зазначеного освітнього компонента, вміння працювати з інформаційними джерелами. Контрольна робота складається з двох частин: теоретичної та практичної.

Семестровий контроль проводиться у формі заліку.

шляхом накопичення балів від 60 до 100 балів: виконання практичних робіт та індивідуального завдання (контрольної роботи).

Інформаційне забезпечення

Основна література

1. Нір Е., Гувер Р. На гачку. Як створити продукт, що чіпляє. Київ: Snowdrop, 2021. 194 ч.
2. Піхлер Роман Agile продукт-менеджмент за допомогою Scrum. Створення продуктів, що подобаються клієнтам, Київ: Фабула, 2020. – 128 с.
3. Тардаскіна Т.М. Тренінг-курс Продакт-менеджмент та маркетинг в ІТ: методичні рекомендації щодо організації та виконання самостійної роботи студентів. – Одеса: ДУІТЗ, 2023. – 15 с.

Допоміжні джерела інформації

4. Гоффман Р., Коен Дж., Тріфф Д. Майстри масштабування. Київ: Лабораторія, 2023. 320 с.
5. Остервальдер А., Піньє І. Створюємо бізнес-модель. Київ: Наш Формат, 2017. 288 с.
6. Ріс Е. Бізнес з нуля. Метод Lean Startup для швидкого тестування ідей. Київ: Альпіна, 2020. 216 с.
7. Свидрук І.І. Креативний менеджмент: навчальний посібник. Київ: Центр навчальної літератури, 2019. 240 с.
8. Томашевський О.М., Цегелик Г.Г., Вітер М.Б., Дубук В.І. Інформаційні технології та моделювання бізнес-процесів. Київ: Центр навчальної літератури, 2023. 296 с.
9. Юхименко П.І. Розвиток інноваційного бізнесу: підручник. Київ: Центр навчальної літератури, 2023. 476 с.