



# СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

## ТРЕНІНГ-КУРС ПРОДАКТ-МЕНЕДЖМЕНТ ТА МАРКЕТИНГ

Галузь знань	07 Управління та адміністрування
Шифр та назва спеціальності	075 Маркетинг
Назва освітньо-професійної програми	Маркетинг
Рівень вищої освіти	Перший (бакалаврський)
Факультет	Бізнесу та соціальних комунікацій
Кафедра	Менеджменту та маркетингу
Статус навчальної дисципліни	ОК-20 ОПП «Маркетинг»
Форма навчання	Денна, заочна

### Викладач

Тардаскіна Тетяна Миколаївна

[tardaskina@ukr.net](mailto:tardaskina@ukr.net)



Доцент кафедри менеджменту та маркетингу,  
кандидат економічних наук, доцент

### Загальна інформація про дисципліну

<b>Анотація до дисципліни</b>	<p>Дисципліна «Тренінг-курс продакт-менеджмент та маркетинг» має міждисциплінарний характер. Вона інтегрує, відповідно до свого предмету, знання з таких освітніх і наукових галузей: менеджмент, маркетинг, економіка підприємства, ІТ-право, електронна комерція та web-дизайн, програмування. Навчання спрямовано на:</p> <ol style="list-style-type: none"><li>1) формування у здобувачів вищої освіти здатності визначати етапи створення та розвитку ІТ-продуктів, а також критерії, за якими визначається їх успішність, оперувати основними маркетинговими інструментами для просування ІТ-продукту, визначати успішність ІТ-продуктів за допомогою аналітичних метрик;</li><li>2) розвиток умінь формувати продуктову команду ІТ-фахівців для створення та розвитку ІТ-продукту та для запуску власного стартапу;</li><li>3) формування креативного, критичного мислення та дизайн-мислення в ІТ-сфері.</li></ol>
<b>Мета дисципліни</b>	– формування системи теоретичних та практичних знань продуктового ІТ-бізнесу, цифрового підприємництва і продакт-менеджменту.

<b>Компетентності, формуванню яких сприяє дисципліна</b>	СК 5. Здатність коректно застосовувати методи, прийоми та інструменти маркетингу. СК 10. Здатність використовувати маркетингові інформаційні системи в ухваленні маркетингових рішень і розробляти рекомендації щодо підвищення їх ефективності. СК 12. Здатність обґрунтовувати, презентувати і впроваджувати результати досліджень у сфері маркетингу.
<b>Результати навчання</b>	ПРН-1. Демонструвати знання і розуміння теоретичних основ та принципів провадження маркетингової діяльності. ПРН-3. Застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язання практичних завдань у сфері маркетингу. ПРН-5. Виявляти й аналізувати ключові характеристики маркетингових систем різного рівня, а також особливості поведінки їх суб'єктів. ПРН-6. Визначати функціональні області маркетингової діяльності ринкового суб'єкта та їх взаємозв'язки в системі управління, розраховувати відповідні показники, які характеризують результативність такої діяльності. ПРН-7. Використовувати цифрові інформаційні та комунікаційні технології, а також програмні продукти, необхідні для належного провадження маркетингової діяльності та практичного застосування маркетингового інструментарію. ПРН-8. Застосовувати інноваційні підходи щодо провадження маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, гнучко адаптуватися до змін маркетингового середовища. ПРН-9. Оцінювати ризики провадження маркетингової діяльності, встановлювати рівень невизначеності маркетингового середовища при прийнятті управлінських рішень. ПРН-11. Демонструвати вміння застосовувати міждисциплінарний підхід та здійснювати маркетингові функції ринкового суб'єкта. ПРН-12. Виявляти навички самостійної роботи, гнучкого мислення, відкритості до нових знань, бути критичним і самокритичним. ПРН-16. Відповідати вимогам, які висуваються до сучасного маркетолога, підвищувати рівень особистої професійної підготовки. ПРН-17. Демонструвати навички письмової та усної професійної комунікації державною й іноземною мовами, а також належного використання професійної термінології.
<b>Обсяг дисципліни</b>	Загальний обсяг дисципліни: 6 кредитів ЄКТС (180 годин). Для денної форми навчання: лекції – 36 годин, практичні заняття – 18 години, самостійна робота – 126 годин.
<b>Форма підсумкового контролю</b>	Залік
<b>Терміни викладання дисципліни</b>	Дисципліна викладається у 2-му семестрі (1–18 тижні)

## Програма дисципліни

<b>Тема 1.</b>	<i>Вступ до IT-сфери та IT-продуктів. Успіх IT-продуктів.</i> Вступ до IT-сфери. Розвиток світового та українського IT-ринку: сучасний стан, основні тренди, тенденції розвитку. Поняття «продуктової» та «аутсорсингової» IT-компанії. Поняття IT-продукту. Сфери IT-продуктів. Етапи життєвого циклу IT-продукту. Бізнес-моделі та способи їх монетизації. Ділова гра «Продукт: Потреба – ЦА – Рішення».
----------------	---

<b>Тема 2.</b>	<b><i>Продакт-менеджмент. Професія продакт менеджера: роль, функції інфографіка професії. Команда IT-продукту: tech та non-tech професії у продуктовому IT.</i></b> Продакт-менеджмент: сутність та роль в IT-компанії. Професія продакт менеджера: роль, функції інфографіка професії. Формування IT-команди: функціональні та кросфункціональні команди. Команда IT-продукту: tech та non-tech професії у продуктовому IT. Принципи та метрики ефективності IT-команди.
<b>Тема 3.</b>	<b><i>Пошук та валідація ідеї (MVP). Дослідження цільової аудиторії.</i></b> Визначення та дослідження цільової аудиторії. MVP: сутність, етапи, критерії тестування ідеї, критерії успішності. Методи та інструменти дослідження IT-продуктів. Пошук ідеї та рішення: креативність, прототип. Презентація моделі “Lean Canvas”. Розбір Lean Canvas моделі IT-продукту “ShortRead”.
<b>Тема 4.</b>	<b><i>Прийняття рішень в продуктивних IT-командах.</i></b> Пріоритезація роботи над IT-продуктом. Пріоритезація RICE та Value / Effort. Фреймворк для пріоритезації IT-рішень. Ухвалення ефективних рішень в IT-продуктах. Формування дизайн-мислення.
<b>Тема 5.</b>	<b><i>Продуктова аналітика.</i></b> Метрики та Unit-економіка. Сутність метрик та їх вимірювання. Аналітичні метрики. Професія продакт-аналітика: роль, функції інфографіка професії. Формування гіпотези та проведення їх валідації.
<b>Тема 6.</b>	<b><i>Маркетинг IT-продуктів. Performance маркетинг та залучення користувачів. Інструменти аналізу ринку та цільової аудиторії продукту. Ключові метрики вимірювання IT-продуктів.</i></b> Особливості маркетингу IT-продуктів. Performance маркетинг: SEO, ASO, Affiliate маркетинг, Media Buying. Brand маркетинг: SMM, Public Relations, Influence маркетинг. Product marketing: Email та Content маркетинг. Професія IT-маркетолог: роль, функції інфографіка професії.
<b>Тема 7.</b>	<b><i>Поведінка користувачів в IT. Прийоми роботи з патернами поведінки.</i></b> Поведінкові патерни. Використання гейміфікації в IT-продукті. Поведінкова модель Браяна Фога.
<b>Тема 8.</b>	<b><i>Дизайн у продуктовому IT.</i></b> Види дизайну в продуктовому IT. Технології Human centred design. Основні методи продуктивних та UX-досліджень.
<b>Тема 9.</b>	<b><i>Технічна частина розробки IT-продукту.</i></b> Технічні спеціалісти продуктової IT-команди. Технічна складова створення IT-продукту.
<b>Тема 10.</b>	<b><i>Управління IT-командою та лідерство.</i></b>
<b>Тема 11.</b>	<b><i>Створення та розвиток IT-продукту.</i></b> Алгоритм створення та розвитку IT-продукту.

### Список рекомендованих джерел

1. Тардаскіна Т.М. Тренінг-курс Продакт-менеджмент та маркетинг в IT: методичні рекомендації щодо організації та виконання самостійної роботи студентів. – Одеса: ДУІТЗ, 2023. – 15 с.
2. Тардаскіна Т.М., Джерелейко С.Д., Барішнікова В.В. Contemporary features and challenges of digital economy development in Ukraine). Інвестиції: практика і досвід. 2023. № 20. С. 57-63. URL: <https://www.nayka.com.ua/index.php/investplan/article/view/2263/2292>
3. Менеджмент: навч. посіб. [Н.С. Краснокутська та ін.]. Харків: Друкарня Мадрид, 2019. –230 с.

### Інформація про консультації

**Щопонеділка** у лютий-травень 2023 року з 14<sup>15</sup> до 15<sup>35</sup> год., ауд. 319 або посилання на конференцію Zoom:  
<https://us04web.zoom.us/j/8750953919?pwd=Z3IzNmIwcTkWME4K0xhRGVqZUJQQT09>

## Загальна схема оцінювання

Сума балів за всі види навчальної діяльності	Шкала ЄКТС	Оцінка за національною шкалою		Нарахування балів	Бали нараховуються таким чином:
		для іспиту	для заліку		
90-100	A	Відмінно	зараховано	Нарахування балів	<b>Оцінювання знань здобувачів вищої освіти здійснюється за 100-бальною шкалою</b> і становить: за поточну успішність (участь у практичних заняттях, виконання практичних завдань та контрольних робіт) – до 60 балів, за результати екзамену – до 40 балів.
82-89	B	Добре			
74-81	C				
64-73	D				
60-63	E	Задовільно			
35-59	FX	Незадовільно з можливістю повторного складання	Не зараховано з можливістю повторного складання		
0-34	F	Незадовільно з обов'язковим повторним вивченням дисципліни	Не зараховано з обов'язковим повторним вивченням дисципліни		

## Політика опанування дисципліни

**Відвідування:** Здобувачі вищої освіти самостійно планують відвідування лекційних занять, що проводяться в межах дисципліни. Присутність на практичних заняттях та контрольних заходах (екзамен/залік) є обов'язковою. При проведенні занять в онлайн режимі, присутність здобувача враховується у разі відкритого вікна.

**Дотримання принципів академічної доброчесності:** Підготовка усіх завдань, письмових робіт і т. ін., що виконуються в межах дисципліни, здійснюється здобувачем вищої освіти самостійно, на засадах академічної доброчесності. Викладач має право для перевірки робіт застосовувати програму **Unicheck**.

**Умови зарахування пропущених занять:** Відпрацювання: виконання практичних занять, проходження тестування за пропущеними темами.

**Інші умови:** Навчально-методичні матеріали дисципліни розміщені на платформі Moodle, за посиланням:

<https://e-learning.suitt.edu.ua/course/view.php?id=1011> та на платформі Edera за посиланням: <https://genesis.theworkademy.com/uk/courses/course/2245>