



СИЛАБУС ВИБІРКОВОЇ КОМПОНЕНТИ БІЗНЕС-АНАЛІТИКА В ПРОДУКТОВОМУ ІТ (З СЕРТИФІКАТОМ ІТ-КОМПАНІЇ)

Факультет	Бізнесу та соціальних комунікацій
Кафедра	Менеджменту та маркетингу
Статус навчальної дисципліни	Вибіркова компонента освітніх програм першого (бакалаврський) рівня вищої освіти
Рекомендовано для спеціальностей	Вибіркова компонента освітніх програм першого (бакалаврський) рівня вищої освіти
Форма навчання	Денна, заочно-дистанційна

Викладачі

Тардаскіна Тетяна Миколаївна
tardaskina@ukr.net



доцент кафедри менеджменту та маркетингу,
кандидат економічних наук, доцент

Загальна інформація про дисципліну

Анотація до дисципліни	<p>Дисципліна «Бізнес-аналітика у продуктовому ІТ» має міждисциплінарний характер і об'єднує знання з таких галузей, як менеджмент, маркетинг, економіка підприємства, ІТ-право, статистика, програмування та аналітика даних. Навчання спрямоване на:</p> <ol style="list-style-type: none">1) Формування у здобувачів вищої освіти здатності здійснювати бізнес-аналіз у продуктовому ІТ, застосовуючи основні методи збору, обробки та аналізу даних для прийняття обґрунтованих рішень;2) Розвиток навичок використання сучасних інструментів аналітики для оцінки ефективності ІТ-продуктів та оптимізації бізнес-процесів у компаніях, що займаються розробкою ІТ-продуктів;3) Формування системи теоретичних і практичних знань, необхідних для аналізу ринку, виявлення потреб клієнтів і розробки аналітичних стратегій для створення конкурентоспроможних ІТ-продуктів.
Мета дисципліни	формування системи теоретичних та практичних знань з аналізу бізнес-процесів у продуктовому ІТ-бізнесі,

	використанні сучасних аналітичних інструментів та методів для оцінки ефективності ІТ-продуктів, а також розвитку навичок прийняття обґрунтованих управлінських рішень на основі аналізу даних у контексті цифрового підприємництва та бізнес-аналітики.
Компетентності, формуванню яких сприяє дисципліна	<ul style="list-style-type: none"> - Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях. - Здатність до адаптації та дії в новій ситуації. - Здатність генерувати нові ідеї (креативність). - Здатність аналізувати результати діяльності організації, зіставляти їх з факторами впливу зовнішнього та внутрішнього середовища. - Здатність аналізувати й структурувати проблеми організації, формувати обґрунтовані рішення
Результати навчання	<ul style="list-style-type: none"> - Демонструвати навички виявлення проблем та обґрунтування управлінських рішень. - Виявляти навички пошуку, збирання та аналізу інформації, розрахунку показників для обґрунтування управлінських рішень. - Застосовувати методи менеджменту для забезпечення ефективності діяльності організації. - Демонструвати навички самостійної роботи, гнучкого мислення, відкритості до нових знань, бути критичним і самокритичним.
Обсяг дисципліни	Загальний обсяг дисципліни 6 кредитів ЄКТС (180 академічних годин)
Форма підсумкового контролю	Залік
Терміни викладання дисципліни	Відповідно до розкладу занять вибіркового компонента освітньої програми

Програма дисципліни

Тема 1.	<p><i>Вступ до ІТ-сфери та ІТ-продуктів. Успіх ІТ-продуктів.</i></p> <p>Вступ до ІТ-сфери. Розвиток світового та українського ІТ-ринку: сучасний стан, основні тренди, тенденції розвитку. Поняття «продуктової» та «аутсорсингової» ІТ-компанії. Поняття ІТ-продукту. Сфери ІТ-продуктів. Етапи життєвого циклу ІТ-продукту. Бізнес-моделі та способи їх монетизації. Ділова гра «Продукт: Потреба – ЦА – Рішення».</p>
Тема 2.	<p><i>Методології управління ІТ-компаніями.</i></p> <p>Характеристика сучасних методологій управління ІТ-компаніями. Переваги, недоліки та особливості методологій управління ІТ-компаніями. Традиційні та гнучкі методи управління ІТ-компаніями.</p>
Тема 3.	<p><i>Визначення та роль аналітики в продуктовому ІТ.</i></p> <p>Вступ в аналітику. Види аналітики. Цілі та завдання аналітики на різних етапах життєвого циклу ІТ-продукту. Основні інструменти аналітики: огляд популярних платформ та технологій.</p>

Тема 4.	<p><i>Когортний аналіз.</i></p> <p>Когортний аналіз та його значення в продуктивній аналітиці. Визначення когорт: основні параметри. Побудова когортного аналізу для оцінки утримання користувачів (retention rate). Інструменти для когортного аналізу: Google Analytics, Python, Excel. Аналіз поведінки когорти користувачів для ІТ-продукту.</p>
Тема 5.	<p><i>A/B тестування.</i></p> <p>A/B тестування: підготовка, проведення, аналіз результатів. Візуалізація. Помилки у проведенні A/B тестів: як їх уникнути.</p>
Тема 6.	<p><i>Інструменти аналітики</i></p> <p>Tableau як інструмент візуалізації даних: створення дашбордів та звітів. SQL для аналітиків: основи роботи з базами даних. Python для продуктової аналітики: бібліотеки Pandas, Matplotlib та Scikit-learn.</p>
Тема 7.	<p><i>Маркетинг, маркетингова аналітика та маркетингові метрики.</i></p> <p>Маркетингова аналітика та її значення для бізнесу. Маркетингова аналітика та маркетингові метрики й воронки. Інструменти маркетингової аналітики: Google Analytics, CRM-системи, ВІ-платформи. Зв'язок між маркетинговою аналітикою та стратегією ІТ-продукту. Ухвалення рішень на основі аналітики. Формування аналітичного мислення.</p>
Тема 8.	<p><i>Продакт-маркетинг.</i></p> <p>Визначення продакт-маркетингу та його роль в життєвому циклі ІТ-продукту. Основні завдання продакт-маркетолога в команді розробки продукту. Взаємодія продакт-маркетингу з іншими функціями компанії: розробка, продажі, підтримка клієнтів. Стратегії повернення користувачів. Техніки залучення повторних користувачів: ремаркетинг, програми лояльності, персони для повторного залучення. Показники для вимірювання ефективності повернення: коефіцієнт утримання, коефіцієнт відтоку, CLV. Впровадження стратегій персоналізації та таргетованих кампаній для збільшення повторних відвідувань. Огляд циклу аналітичних завдань: постановка цілей, збір даних, аналіз, інтерпретація результатів, впровадження змін. Використання різних видів аналітики (описова, діагностична, предиктивна) для досягнення маркетингових цілей.</p>
Тема 9.	<p><i>Продуктові метрики та воронки.</i></p> <p>Цикл розвитку ІТ-продукту: концепція, MVP, масштабування, вдосконалення. Ключові продуктові метрики ІТ-продукту: активні користувачі (DAU, MAU), коефіцієнт утримання (retention rate), CLV, CAC. Створення та оптимізація воронки для ІТ-продукту: від залучення трафіку до активних користувачів. Аналітичні дослідження: дослідження користувацького досвіду (UX) та UX-метрик для покращення ІТ-продукту.</p>
Тема 10.	<p><i>Управління ІТ-командою. Використання аналітики для покращення роботи ІТ- команди.</i></p> <p>Роль та важливість ефективного управління ІТ-командою в продуктовому ІТ. Визначення основних ролей у команді (продакт-менеджер, продакт-розробник, дизайнер, аналітик). Встановлення та відстеження чітких цілей і результатів (OKR, KPI). Як забезпечити ефективну комунікацію в команді. Використання аналітики для покращення роботи команди.</p>

Список рекомендованих джерел

1. Чукурна О.П., Тардаскіна Т.М. Менеджмент в цифровій економіці: навчальний посібник. Одеса: Астропринт, 2024. 376 с.
2. Britchenko I., Chukurna O., Tardaskina T. Digital economy: Textbook. Sofia: Bulgarian Academy of Sciences, 2024. 308 p.
3. Менеджмент: навч. посіб. [Н.С. Краснокутська та ін.]. Харків: Друкарня Мадрид, 2019. –230 с.
4. Chukurna Olena, Tardaskina Tetiana, Solidor Natalia, Bazyka Serhii. Methodology management of an IT team in the field of information and telecommunication. ZESZYTY NAUKOWE WYŻSZEJ SZKOŁY TECHNICZNEJ W KATOWICACH. 2024. №18. P.171-188. URL: <http://www.wydawnictwo.wst.pl/uploads/files/4da7fb735035179375851e3fb3c2d087.pdf>
5. Tardaskina Tetiana. Modern approaches to effective management IT companies. Quality of Life in Global and Local Contexts: Values, Innovation, and Multidisciplinary Dimensions. Monograph. Scientific editors: Nestorenko T., Pokusa T. Opole: The Academy of Applied Sciences – Academy of Management and Administration in Opole, 2023 P.368-379.

Інформація про консультації

Щоп'ятниці з 14¹⁵ до 15³⁵ год., ауд. 319 або посилання на конференцію Zoom:

<https://us04web.zoom.us/j/8750953919?pwd=Z3IzNmlwcTkwMXE4K0xhRGVqZUJJOQT09>

Загальна схема оцінювання

Сума балів за всі види навчальної діяльності	Шкала ЄКТС	Оцінка за національною шкалою		Нарахування балів	Бали нараховуються таким чином: <i>Оцінювання знань здобувачів вищої освіти здійснюється за 100-бальною шкалою і становить: за поточну успішність (участь у практичних заняттях, виконання практичних завдань та контрольних робіт) – до 60 балів, за результати індивідуального завдання – до 40 балів. При оформленні документів за екзаменаційну сесію використовується таблиця відповідності оцінювання знань здобувачів вищої освіти за різними системами</i>
		для іспиту	для заліку		
90-100	A	Відмінно	зараховано		
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 (залік) є обов'язковою. Важливим є своєчасне виконання індивідуальних завдань в межах самостійної роботи, передбачених програмою дисципліни.

Умови зарахування пропущених занять: Відпрацювання академічної заборгованості з дисципліни можливо до початку екзаменаційної сесії (відповідно до розкладу консультацій викладача).

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