



СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Продакт-менеджмент та маркетинг

Рівень вищої освіти	Перший (бакалаврський)
Код та назва спеціальності, галузь знань	D5 Маркетинг; D Бізнес, адміністрування та право
Тип та назва освітньої програми	Освітньо-професійна програма «Маркетинг»
Статус навчальної дисципліни	Обов'язкова компонента (ОК-17)
Курс, семестр викладання	2 курс, 4 семестр
Трудомісткість навчальної дисципліни	6 кредитів ЄКТС (180 академічних годин), з них: денна (очна) форма навчання: лекц. – 30 год., практ. зан. – 36 год., самост. роб. – 114 год.; заочна форма навчання: лекц. – 20 год., практ. зан. – 16 год., самост. роб. – 144 год.
Мова викладання	Українська
Кафедра	Менеджменту та маркетингу
Факультет	Бізнесу та соціальних комунікацій

Розробники / викладачі



ТАРДАСКІНА Тетяна Миколаївна,
доцент кафедри менеджменту та маркетингу,
кандидат економічних наук, доцент

E-mail: tardaskina@ukr.net
Тел.: +380939522244

Консультації: щопонеділка з 14⁰⁰ до 16⁰⁰
каб. 319 (головний корпус) та посилання на конференцію Zoom:
<https://us04web.zoom.us/j/8750953919?pwd=Z3IzNmIwcTkWME4K0xhRGVqZUJOQT09>

Мета дисципліни	– формування системи теоретичних та практичних знань продуктового IT-бізнесу, цифрового підприємництва і продакт-менеджменту.
Компетентності, формуванню яких сприяє дисципліна	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.
Програмні результати навчання	ПРН-3. Застосовувати набуті теоретичні знання для розв’язання практичних завдань у сфері маркетингу. 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-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.

Програма навчальної дисципліни

Тема 1. Вступ до IT-сфери та IT-продуктів. Успіх IT-продуктів	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».
Тема 2. Продакт-менеджмент	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.
Тема 3. Пошук та валідація ідеї (MVP). Дослідження цільової аудиторії	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”.
Тема 4. Прийняття рішень в продуктових IT-командах	Пріоритезація роботи над IT-продуктом. Пріоритезація RICE та Value / Effort. Фреймворк для пріоритезації IT-рішень. Ухвалення ефективних рішень в IT-продуктах. Формування дизайн-мислення.
Тема 5. Продуктова аналітика	Метрики та Unit-економіка. Сутність метрик та їх вимірювання. Аналітичні метрики. Професія продакт-аналітика: роль, функції інфографіка професії. Формування гіпотези та проведення їх валідації.
Тема 6. Маркетинг	Інструменти аналізу ринку та цільової аудиторії продукту. Ключові маркетингові метрики вимірювання IT-продуктів.

IT-продуктів	Особливості маркетингу IT-продуктів. Performance маркетинг та залучення користувачів: 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.
Тема 7. Поведінка користувачів в IT. Прийоми роботи з патернами поведінки	Поведінкові патерни. Основні види поведінкових патернів: пошукові, навігаційні, транзакційні, соціальної взаємодії, патерни відмов. Інструменти аналізу патернів: теплові карти (Hotjar), Google Analytics, Amplitude, когортний аналіз. Як використовувати дані поведінкових патернів для покращення UX та збільшення Retention. Використання гейміфікації в IT-продукті. Приклади застосування в гейміфікації EdTech, FinTech, HealthTech. Механіки гейміфікації: бали, бейджі, рівні, челенджі, таблиці лідерів, прогрес-бари. Як гейміфікація впливає на поведінкові патерни користувачів (мотивація, залученість, Retention). Поведінкова модель Браяна Фога. Як застосовувати модель Браяна Фога для побудови сценаріїв поведінки користувачів та формування звичок.
Тема 8. Дизайн у продуктовому IT	Види дизайну в продуктовому IT. UX-дизайн (User Experience) – про досвід користувача: зручність, логіка, емоційність. UI-дизайн (User Interface) – інтерфейс: візуальні елементи, кольори, типографіка. Продуктовий дизайн – на перетині UX/UI, бізнес-цілей і технологій. Motion-дизайн (анімація в інтерфейсі), бренд-дизайн, контент-дизайн. Відмінності між веб-дизайном, мобільним дизайном, VR/AR-дизайном. Технології Human centred design. Етапи HCD: дослідження → ідеяція → прототипування → тестування → впровадження. Основні методи продуктових та UX-досліджень. Прототипування та інструменти дизайну. Дизайн-системи та гайдлайни. Взаємодія дизайнера з продуктовою командою.
Тема 9. Технічна частина розробки IT-продукту	Технічні спеціалісти продуктової IT-команди. Взаємодія технічних і нетехнічних членів команди. Технічна складова створення IT-продукту. Командна робота в середовищі розробки.
Тема 10. Управління IT-командою та лідерство	Структура та типи IT-команд. Ролі в IT-команді: технічні (розробники, тестувальники, DevOps), продуктові (PM, PO, дизайнер), аналітики. Типи команд: кросфункціональні, спеціалізовані, гнучкі (agile-команди). Основи управління IT-командою. Методології управління IT-командами. Лідерство в IT. Стили лідерства: трансформаційне, демократичне, ситуаційне. Комунікація в IT-команді. Виклики та переваги дистанційної роботи. Організація робочого процесу та комунікацій. Інструменти для управління віддаленими командами (Trello, Jira, Notion). Управління продуктивністю та результатами. Встановлення KPI та OKR для команди. Моніторинг завдань і прогресу. Використання ретроспектив для покращення командної роботи. Емоційний інтелект і управління стресом. Етика та культура в IT-команді.
Тема 11. Створення та розвиток IT-продукту	Алгоритм створення та розвитку IT-продукту.

Методи навчання

При вивченні навчальної дисципліни використовуються наступні методи навчання:

Інтерактивні	§ Наочно-демонстраційні дидактичні комплекси до тем, що вивчаються в межах дисципліни (схеми, таблиці, графіки, діаграми; зображення, картини, зарисовки, фотографії; відеоролики; стрічки новин чи подій тощо). § Відповіді на запитання і опитування думок здобувачів освіти (дискусії, дебати, полеміки), зокрема застосовуються методи «Сократичний діалог», «Гарвардська дискусія», «5 Чому», «Воронка больових точок» та ін.
---------------------	--

	§ Аналіз історій і ситуацій – методи «Кейс-стаді», «Мозковий штурм», «Фішбоун» та ін. § Відпрацювання навичок та робота в групах. Це два тісно взаємопов'язані методи, котрі допомагають здобувачам освіти практикувати одночасно і необхідні профільні навички, і вміння працювати в команді. Зазвичай група складається з 2-4 осіб. § Ігрове моделювання – це метод використання різних моделей поведінки, ставлення, мислення, який допомагає учасникам краще зрозуміти і відчувати на собі причини і наслідки певних подій. Такі ігри мають кілька спрямувань: проблемно-орієнтовані, дослідницькі, ділові, проєктувальні. § Квізи, Kahoot, Mentimeter, Padlet (для голосувань, опитувань, спільного створення контенту). § Онлайн-стажування на платформі IT-компанії із залученням до командної роботи, симуляцій, аналізу кейсів. § Застосовуються нові форми роботи з інформацією: складання ментальних карт, відеооглядів, сторітелінг, скрайбінг, портфоліо і т. ін.
Практичні	§ Вправи. Різні практичні завдання, які застосовуються на будь-якому етапі навчального процесу і допомагають задіювати інтелектуальні, комунікативні та пошукові здібності здобувачів освіти. Вони можуть включати відповіді на запитання, розв'язання задач, виправлення помилок, складання порівняльних таблиць, графіків і т.п. § Творчі роботи. Мета таких робіт – розвиток творчого мислення, ерудиції, логіки, вміння комбінувати різні знання і техніки. Ці способи навчання охоплюють: проведення власних досліджень, а також написання рецензій, відгуків, статей, творів, створення макетів, ілюстрацій, програм та багато іншого.
Методи дистанційного навчання	§ Відеоконференції в форматі лекцій або семінарів. Зв'язок здобувачів освіти з викладачем забезпечують різноманітні сучасні платформи, такі як: Zoom, Moodle, Strum та ін. § Онлайн дискусії; § Індивідуальне і групове консультування (викладач дає додаткові роз'яснення щодо виконання завдань через чати та e-mail-надсилання); § Відеозаписи лекцій і практичних занять; § Квізи (проведення бліц-опитування із застосуванням Google Форм) тощо. § Kahoot (створення інтерактивних вікторин та тестування для закріплення матеріалу та залучення аудиторії); § Padlet для спільного опрацювання матеріалів та генерації ідей у групах; § Mentimeter для голосування, збору ідей та рефлексії під час обговорень; § Проходження онлайн-стажування в IT-компанії з отриманням Сертифікату; § Використання LMS Strum для відслідковування прогресу, оцінювання знань та завантаження практичних робіт.

Стратегія оцінювання результатів навчання

Змістовий контент результатів навчання з дисципліни	Результати навчання з даної дисципліни, які здобувач може продемонструвати та які можна ідентифікувати, оцінити і виміряти, розглядаються у вимірах 7 рівня Національної рамки кваліфікацій, що відповідає другому циклу вищої освіти Рамки кваліфікацій Європейського простору вищої освіти, а саме: Знання – базових концептуальних положень та системного уявлення про життєвий цикл IT-продукту, основні етапи його створення, розвитку та масштабування; знання методів аналізу ринку та користувацьких потреб, основ управління продуктом
--	--

	(product management), основ проектного менеджменту, формування MVP, GTM-стратегії та застосування метрик продукту (CAC, LTV, Retention, MAU/DAU) для прийняття рішень у сфері розвитку IT-продукту; Уміння/навички – застосовувати сучасні інструменти для розробки та розвитку IT-продуктів (Trello, Figma, Miro, Google Workspace, Jira); проводити аналіз ринку та користувацьких потреб, здійснювати валідацію ідей, створювати прототипи та презентувати їх; управляти командою під час розробки продукту, визначати пріоритети розвитку функціоналу, проводити тестування гіпотез та аналіз ефективності продукту; брати участь у хакатонах та симуляціях розробки MVP. Комунікація – підвищення рівня комунікативної компетентності у сфері створення та розвитку IT-продукту, вміння працювати в команді та взаємодіяти зі стейкхолдерами (користувачами, представниками бізнесу, командою розробки), проведення пітч-презентацій продукту та обговорення планів його розвитку. Відповідальність та автономія – розвиток відповідальності за прийняті рішення в процесі створення та розвитку продукту, формування здатності до самостійного пошуку рішень та ініціативності в проектній діяльності, активна участь у плануванні, розробці та тестуванні IT-продуктів, усвідомлення впливу власних рішень на ефективність роботи команди та життєвий цикл продукту.
Критерії оцінювання	Академічні успіхи здобувачів освіти в межах даної дисципліни оцінюються за бально-рейтинговою шкалою (максимальна кількість – 100 балів), що прийнята в ДУІТЗ, з обов’язковим переведенням кількості балів в оцінки за національною шкалою та за шкалою ECTS. Відмінно (А) – від 90 до 100 балів – здобувач у повному обсязі володіє навчальним матеріалом, вільно самостійно та аргументовано його викладає під час усних виступів та письмових відповідей, глибоко та всебічно розкриває зміст теоретичних питань та практичних завдань, використовуючи при цьому обов’язкову та додаткову літературу. Правильно вирішив усі або не менше 90% завдань, передбачених програмою навчальної дисципліни. Дуже добре (В) – від 82 до 89 балів – здобувач досить повно володіє навчальним матеріалом, обґрунтовано його викладає під час усних виступів та письмових відповідей, в основному розкриває зміст теоретичних питань та практичних завдань, використовуючи при цьому обов’язкову літературу. Однак під час викладання деяких питань допускаються при цьому окремі несуттєві неточності. Правильно вирішив 80-89% письмових завдань. Добре (С) – від 74 до 81 балів – здобувач достатньо повно володіє навчальним матеріалом, обґрунтовано його викладає під час усних виступів та письмових відповідей, в основному розкриває зміст теоретичних питань та практичних завдань, використовуючи при цьому обов’язкову літературу. Однак під час викладання деяких питань не вистачає достатньої глибини та аргументації, допускаються при цьому окремі несуттєві неточності та незначні помилки. Правильно вирішив 74-81% письмових завдань. Задовільно (D) – від 64 до 73 балів – здобувач в цілому володіє навчальним матеріалом, викладає його основний зміст під час усних та письмових відповідей, але з не зовсім глибоким та всебічним аналізом, обґрунтуванням та аргументацією, з недостатнім використанням необхідної літератури, допускаючи при цьому окремі неточності та помилки. Правильно вирішив 64-73% письмових завдань. Задовільно (Е) – від 60 до 63 балів – здобувач в цілому володіє навчальним матеріалом, викладає його основний зміст під час усних та письмових відповідей, але без глибокого всебічного аналізу, обґрунтування та аргументації, без використання необхідної літератури, допускаючи при цьому окремі суттєві неточності та помилки. Правильно вирішив 60-63% письмових

	завдань. Незадовільно з можливістю повторного складання (FX) – від 35 до 59 балів – здобувач не в повному обсязі володіє навчальним матеріалом. Фрагментарно, стисло без аргументації та обґрунтування викладає його під час усних виступів та письмових відповідей, поверхово розкриває зміст теоретичних питань та практичних завдань, допускаючи при цьому суттєві неточності. Правильно вирішив 35-59% письмових завдань. Незадовільно з обов'язковим повторним вивченням дисципліни (F) – від 0 до 34 балів – Здобувач частково володіє навчальним матеріалом, не у змозі викласти зміст більшості питань теми під час усних виступів та письмових відповідей, допускаючи при цьому суттєві помилки. Правильно вирішив 1-34% письмових завдань.
Форма та методи контролю навчальних досягнень	Контроль успішності навчання здобувачів освіти здійснюється на засадах відкритості та академічної доброчесності. В межах даної дисципліни передбачено два види контролю: поточний (<i>тематичний, рубіжний</i>) та підсумковий (<i>семестровий</i>). Поточний контроль здійснюється протягом семестру під час проведення практичних занять; виконання завдань самостійної роботи; складання тематичних контрольних робіт, тестів, тощо. Поточний контроль спрямований на перевірку: рівня підготовленості здобувача до занять; активності під час обговорення навчального матеріалу; якості виконання індивідуальних, практичних, і текстових завдань; своєчасності та повноти виконання самостійної роботи. Результат поточного оцінювання є середньоарифметичним значенням отриманих балів за всі виконання самостійної роботи під час аудиторних (практичні, семінарські) занять та завдання, що виконуються під час самостійної роботи. До підсумкового контролю допускаються здобувачі, які за результатами поточного оцінювання набрали не менше 60 балів. Підсумковий контроль проводиться у формі екзамену, який передбачає перевірку рівня теоретичних знань, практичних умінь і навичок, а також здатності їх застосовувати у професійній діяльності.

Політика навчальної дисципліни	
Відвідування	Здобувачі вищої освіти самостійно планують відвідування лекційних занять, що проводяться в межах дисципліни згідно академічного розкладу. Присутність на практичних заняттях та контрольних заходах (екзамен) є обов'язковою. Важливим є своєчасне виконання індивідуальних завдань в межах самостійної роботи, передбачених програмою дисципліни.
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 різні програмні засоби.
Умови зарахування пропущених занять	Відпрацювання академічної заборгованості з дисципліни можливо до початку екзаменаційної сесії. Процедура узгоджується з викладачем, згідно його розкладу консультацій.
Інші умови	Навчально-методичні матеріали дисципліни розміщені на платформі Moodle: http://e-learning2.suitt.edu.ua/course/view.php?id=275

Рекомендовані джерела інформації		
Базові підручники та навчальні посібники	§ Менеджмент у сфері ІТ : навч. посіб. для здобувачів вищої освіти на другому (магістер.) рівні : у 2 ч. Ч. 1 / О. В. Горпинченко, О. В. Заярнюк, І. М. Сочинська-Сибірцева та ін. ; М-во освіти і науки України, Центральноукр. нац. техн. ун-т. Кропивницький : ЦНТУ, 2024. 218 с. § Менеджмент у сфері ІТ : навч. посіб. для здобувачів вищої освіти на другому (магістер.) рівні : у 2 ч. Ч. 2 / К. С. Фомічов, А. В. Кропивна, О. В. В'юник та ін. ; М-во освіти і науки України, Центральноукр. нац. техн. ун-т. Кропивницький : Ексклюзив-Систем, 2025. 262 с. § Менеджмент : навч. посіб. для здобувачів вищої освіти / С. І. Страпчук, О. П. Миколенко, І. А. Попова, В. В. Пустова. Львів : Новий Світ – 2000, 2020. 356 с. § Сучасний менеджмент у схемах і таблицях. Ч. 1 : навч. посіб. : електрон. ресурс / Н. С. Іванова, Н. С. Приймак, І. А. Карабаза, І. В. Шаповалова, Ю. Б. Лижник ; за ред. Н. С. Іванової. Кривий Ріг : ДонНУЕТ, 2021. 282 с.	
Методичні рекомендації та розробки викладачів дисципліни	§ Тардаскіна Т. М. Тренінг-курс «Продакт-менеджмент та маркетинг в ІТ» : метод. рек. щодо організації та виконання самостійної роботи студентів. Одеса : ДУІТЗ, 2023. 15 с. § Чукурна О. П., Тардаскіна Т. М. Менеджмент в цифровій економіці : навч. посіб. Одеса : Астропринт, 2024. 376 с. § Тардаскіна Т. М. Комплексна оцінка розвитку ІТ-галузі в Україні. Сталий економічний розвиток: інноваційні підходи та стратегічні перспективи : колект. монографія / за заг. ред. Т. В. Полозової. Харків : ХНУРЕ, 2024. С. 365-376. DOI: https://doi.org/10.30837/EK.2024.031. § Tardaskina T. Modern approaches to effective management IT companies. Quality of Life in Global and Local Contexts: Values, Innovation, and Multidisciplinary Dimensions : monograph / scientific eds. T. Nestorenko, T. Pokusa. Opole : Academy of Applied Sciences – Academy of Management and Administration in Opole, 2023. P. 368-379. URL: https://www.wszia.opole.pl/wp-content/uploads/2024/01/Mono_Opole_2023-1.pdf (дата звернення: 29.06.2025). § Britchenko I., Chukurna O., Tardaskina T. Digital economy : textbook. Sofia : Bulgarian Academy of Sciences, 2024. 308 p.	
Інформаційні ресурси	§ Міністерство цифрової трансформації України : офіційний веб-сайт. URL: https://thedigital.gov.ua/ § Офіс реформ Кабінету Міністрів України : офіційний веб-сайт. URL: https://rdo.in.ua/	
Рік введення силабусу – 2025 р.		Затверджено рішенням кафедри менеджменту та маркетингу (Протокол від 27 червня 2025 р. № 11)
	В.о.завідувача кафедри	 Людмила ГАЛАН
	Гарант освітньої програми	 Олена ЧУКУРНА
	Викладач:	 Тетяна ТАРДАСКІНА