**АНОТАЦІЯ ЗМІСТУ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ**

 **Продакт менеджмент**(назва навчальної дисципліни)
Дисципліна вільного вибору студента
(нормативна/вибіркова)

**Предмет навчальної дисципліни**

 **Предметом навчальної дисципліни** є вивчення основних механізмів та інструментів продакт менеджменту.

**Мета навчальної дисципліни**

 **Метою навчальної дисципліни** є формування системи знань та навичок в управлінні
продуктом, а саме від оцінки клієнта та створення MVP до масштабування, аналітики та управління
бюджетом.

**Основні завдання**

 **Завданнями навчальної дисципліни є:** засвоєння теоретичних основ та практичних
навиків в управлінні продуктом, вміння застосовувати основні інструменти продуктової
аналітики для створення комерційно успішних проектів.
**Місце навчальної дисципліни в структурно-логічній схемі підготовки магістра**Дисципліна “Продакт менеджмент” взаємопов’язана з такою дисципліною як «Менеджмент».
**Вимоги до знань і умінь:**Вивчення навчальної дисципліни “Продакт-менеджмент ” передбачає досягнення
такого кваліфікаційного рівня підготовки магістра, за якого він повинен:
***а) знати:***- основні завдання продакт менеджменту;
- життєві цикли розробки продукту;
– етапи розробки продуктової стратегії;
- вимоги до розробки продукту;
- показники продукту;
- основні інструменти продуктової аналітики Google Analytic та Tableau;
- основні метрики ефективності продукту;
–
***б) уміти:***- проводити якісні та кількісні дослідження (інтерв’ю, тестування, фідбек
користувачів);
– використовувати data-driven підхід для побудови проекту;
- створювати MVP;
- використовувати маркетингові інструменти для розвитку продукту

**Зміст навчальної дисципліни за темами**

**Тема 1.** **Особливості ринку продакт-менеджменту в Україні. Основні завдання продакт
менеджменту на кожному етапі життєвого циклу продукту.**

**Тема 2.** **Продакт-менеджер: роль, компетенції, комунікація**

* Роль та місце продакт-менеджера в продуктових організаціях
* Як бути ефективним лідером команди з дизайну та розробки продукту
* Продуктовий маркетинг і чому кожен продакт-менеджер має бути маркетологом
* Команди продажу й підтримки: як отримувати інсайти від тих, хто спілкується з клієнтами щодня
* Взаємодія зі стейкхолдерами продукту

**Тема 3.** **Життєвий цикл продукту й робота продакта**

* Пошук product-market fit: завдання, які потрібно розв’язати на початкових етапах існування продукту та під час виходу на нові ринки
* Вдосконалення ціннісної пропозиції продукту
* Product Growth: як збільшити кількість користувачів, які отримують цінність продукту
* Масштабування: продуктова робота, не направлена на створення цінності, але критично необхідна для успіху продукту, що зростає

**Тема 4.** **Розвиток існуючого продукту: ідея та пріоритизація**

* Персони користувача
* Ідеї нових фіч для розширення value proposition продукту
* Оцінка та пріоритизація фіч із використанням RICE framework
* Скоуп фічі: визначення MVP за допомогою інструментів Feature hamburger та Impact mapping

**Тема 5.** **Розвиток існуючого продукту: дизайн та оцінка**

* Дизайн фіч: проєктування рішення, яке насправді розв’яже проблему
* Інструменти дизайну фіч:
	+ аналіз конкурентів
	+ психологія користувачів
	+ карткове сортування
	+ UX-евристики
	+ тестування прототипів
	+ Babysitting
* Оцінка фіч за допомогою HEART metrics

**Кафедра**: маркетингу
**Мова викладання**: українська.
**Форми організації навчального процесу**: лекції,практичні заняття.
**Форма підсумкового контролю**: залік.
**Викладачі, які забезпечують навчальний процес**: доц. Сохецька А.В.
**Рекомендована література**1. Джозеф Хігні Основи управління проектами, К. - Фабула, 2020. – 436 с.
2. Петренко Н., Кустріч Л., Гоменюк М. Управління проектами. –К. Центр навчальної літератури. – 2019.- 244 с.
4. Піхлер Роман Agile продукт-менеджмент за допомогою Scrum. Створення продуктів, що подобаються клієнтам, К. - Фабула, 2020. – 128 с.
5. Юрген Аппело Менеджмент 3.0. Agile-менеджмент. Лідерство та управління командами, - 2019.- 464с.