МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
Львівський національний університет імені Івана Франка
Економічний факультет
Кафедра економічної кібернетики

Затверджено
На засіданні кафедри
економічної кібернетики
економічного факультету
Львівського національного
університету імені Івана Франка
(протокол № 1 від 30.08 2023р.)

Завідувач кафедри
_____ доц. к.е.н. Артим-Дрогомирецька З.Б.

Силабус з навчальної дисципліни «Створення та розвиток ІТ-продуктів», що викладається в межах першого (бакалаврського) рівня вищої освіти для здобувачів з спеціальності 051 «Економіка» освітньо-професійної програми «Економічна кібернетика»

Львів 2023 р.

Назва дисципліни	Створення та розвиток ІТ-продуктів
Адреса викладання дисципліни	Львівський національний університет імені Івана Франка, економічний факультет м. Львів, просп. Свободи, 18
Факультет та кафедра, за якою закріплена дисципліна	Економічний факультет, кафедра економічної кібернетики
Галузь знань, шифр та назва спеціальності	Галузь знань 05 «Соціальні та поведінкові науки» Спеціальність 051 «Економіка» Освітня програма «Економічна кібернетика»
Викладачі дисципліни	Зомчак Лариса Миколаївна, к.е.н., доцент, доцент кафедри економічної кібернетики
Контактна інформація викладачів	larysa.zomchak@lnu.edu.ua
Консультації з питань навчання по дисципліні відбуваються	Консультації в день проведення лекцій/лабораторних занять (за попередньою домовленістю). Також можливі он-лайн консультації через Zoom, Microsoft Teams або подібні ресурси. Для погодження часу он-лайн консультацій слід писати на електронну пошту викладача або телефонувати.
Сторінка курсу	Сторінка курсу https://e-learning.lnu.edu.ua/course/view.php?id=5775
Інформація про дисципліну	Курс розроблено таким чином, щоб надати учасникам необхідні знання, обов'язкові для того, щоб розуміти особливості створення та розвитку ІТ-продуктів. Курс розрахований на ознайомлення з базовими компетенціями trainee продактменеджера
Коротка анотація дисципліни	Дисципліна «Створення та розвиток ІТ-продуктів» є вибірковою дисципліною зі спеціальності 051 «Економіка» освітньої програми «Економічна кібернетика», яка викладається в 7 семестрі в обсязі 3 кредитів (за Європейською Кредитно-Трансферною Системою ECTS).
Мета та цілі дисципліни	Метою викладання дисципліни «Створення та розвиток ІТ-продуктів» є надання знань з продуктового ІТ, підприємництва і продактменеджменту від практиків, а також компетенції для перших кроків у продуктовій ІТ-компанії.
Література для вивчення дисципліни	Базова література: Створення на розвиток ІТ-продуктів https://genesis.theworkademy.com/uk/courses/course/3888 Маркетинг ІТ-продуктів https://genesis-marketing-course.theworkademy.com/uk/courses/course/3609 Войтко С.В. Управління проектами та стартапами в Індустрії 4.0 : підручник для здобувачів ступеня магістра за технічними спеціальностями; Міністерство освіти і науки України, Національний технічний університет України "Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського". Київ : КПІ ім. Ігоря Сікорського, 2019. 199 с. Горбаченко С. А. Проектний менеджмент : навчально-методичний посібник для підготовки здобувачів вищої освіти галузі знань 12 «Інформаційні технології». Одеса. НУ "ОЮА", 2020. 263 с.

	Приймак В. М. Управління проектами : навч. посібник. Київ : КНУ ім. Тараса Шевченка, 2017. 459 с. Управління проектами: навчальний посібник до вивчення дисципліни для магістрів галузі знань 07 «Управління та адміністрування» / Уклад.: Л.Є. Довгань, Г.А. Мохонько, І.П Малик. К.: КПІ ім. Ігоря Сікорського, 2017. 420 с. Черчик Л. Проектний менеджмент : навчальний посібник. Луцьк : СНУ імені Лесі Українки, 2018. 184 с Crawford, M., & Benedetto, A. D. (2015). New products management. McGraw-Hill. Grillo, M. (2016). Production management. The Movie Business Book (pp. 223-243). Routledge. Kittlaus, H. B., & Fricker, S. A. (2017). Software product management. Berlin: SpringerVerlag GmbH Germany, 298. Stellman, A., & Greene, J. (2005). Applied software project management. " O'Reilly Media, Inc.". Допоміжні джерела: Дія. Освіта. https://osvita.diia.gov.ua/courses/stvorenna-ta-rozvitok-it-produktiv Зелена книга. Сфера продуктовий ІТ-компаній та стартапів. https://cdn.regulation.gov.ua/aa/8a/75/59/regulation.gov.ua_IT-product-companies-startups_web.pdf OpenProj - Project Management. Електронний ресурс. URL: https://sourceforge.net/projects/openproj/
Обсяг курсу	48 години аудиторних занять: 16 години лекцій та 32 години лабораторних занять; 42 годин самостійної роботи
Очікувані результати навчання	Після завершення цього курсу: Студент знає: ● які етапи створення та розвитку ІТ-продуктів існують, а також критерії, за якими визначається їхня успішність; ● з яких фахівців можуть складатися продуктові команди ІТ-стартапів, їхні ролі в команді; ● хто такий продактменеджер, його основні функції під час розробки продукту, аспекти взаємодії та менеджменту в продуктових компаніях; ● що таке мінімально життєздатний продукт, які існують способи валідації ідей та як працювати з тестуванням гіпотез; ● базові поняття маркетингу у сфері продуктового ІТ, способи дослідження та впливу на цільову аудиторію продукту; ● особливості роботи технічної та нетехнічної складової продуктової команди, аспекти застосування мов програмування в залежності від продукту; ● основну термінологію сфери продуктового ІТ. Студент вміє: ● визначати успішність ІТ-продуктів за допомогою спеціальних метрик; ● формувати продуктову команду для запуску власного стартапу;

	● валідувати свої ідеї за допомогою кількісних та якісних опитувань, а також завдяки тестуванню гіпотез; ● оперувати основними маркетинговими інструментами для просування продукту; ● взаємодіяти з технічними членами команди, розуміючи, яку роль та функцію вони відіграють в розробці продукту; ● мислити продуктовими та підприємницькими категоріями; виконувати базові компетенції на рівні trainee продактменеджера.
Ключові слова	Продактменеджер, IT-продукт, цільова аудиторія, MVP, продуктова аналітика, performance маркетинг, метрики ринку, продуктовий дизайн, поведінка користувача, продуктова команда, управління командою.
Формат курсу	Очний
	Проведення лекцій, лабораторних занять та консультації для кращого розуміння тем
Теми	Тема 1. Вступ до IT-продуктів Тема 2. Успіх IT-продуктів Тема 3. Команда IT-продукту та non-tech професії у продуктовому IT Тема 4. Професія продактменеджера Тема 5. Пошук та валідація ідеї Тема 6. Прийняття рішень в продуктових командах Тема 7. Продуктова аналітика Тема 8. Performance маркетинг та залучення користувачів Тема 9. Інструменти аналізу ринку та цільова аудиторія продукту. Метрики Тема 10. Продуктовий дизайн Тема 11. Поведінка користувача Тема 12. Прийоми роботи з патернами поведінки Тема 13. Техчастина розробки IT-продукту Тема 14. Техспеціалісти продуктової команди Тема 15. Управління командами та лідерство Тема 16. Висновки
Підсумковий контроль, форма	Залік
Пререквізити	Для вивчення курсу студенти потребують базових знань з дисциплін менеджмент, маркетинг, інформаційні та комунікаційні технології
Навчальні методи та техніки, які будуть використовуватися під час викладання курсу	Презентація, лекції, лабораторні заняття, колаборативне навчання (форми – групові проекти, спільні розробки) проектно-орієнтоване навчання, дискусії.
Необхідне обладнання	
Критерії оцінювання	Оцінювання проводиться за 100-бальною шкалою. Бали нараховуються за наступним співвідношенням:

<table>
<tr><td>(окремо для кожного виду навчальної діяльності)</td><td>• лабораторні заняття: 60% семестрової оцінки; максимальна кількість балів 60
• контрольні заміри (модулі): 40% семестрової оцінки; максимальна кількість балів 40
Підсумкова максимальна кількість балів 100
Жодні форми порушення академічної доброчесності не толеруються.
Шкала оцінювання: національна та ЄКТС
<table>
<tr><td rowspan="2">Оцінка ЄКТС</td><td rowspan="2">Сума балів за всі види навчальної діяльності</td><td colspan="2">Оцінка за національною шкалою</td></tr>
<tr><td>для екзамену, курсового проекту (роботи), практики</td><td>для заліку</td></tr>
<tr><td>A</td><td>90 – 100</td><td>відмінно</td><td rowspan="5">зараховано</td></tr>
<tr><td>B</td><td>81-89</td><td rowspan="2">добре</td></tr>
<tr><td>C</td><td>71-80</td></tr>
<tr><td>D</td><td>61-70</td><td rowspan="2">задовільно</td></tr>
<tr><td>E</td><td>51-60</td></tr>
<tr><td>FX</td><td>21-50</td><td>незадовільно з можливістю повторного складання</td><td>не зараховано з можливістю повторного складання</td></tr>
<tr><td>F</td><td>0-20</td><td>незадовільно з обов’язковим повторним вивченням дисципліни</td><td>не зараховано з обов’язковим повторним вивченням дисципліни</td></tr>
</table></td></tr>
<tr><td>Питання до заліку чи екзамену.</td><td>Сторінка курсу https://econom.lnu.edu.ua/course/stvorennia-ta-rozvytok-it-produktiv-2</td></tr>
<tr><td>Опитування</td><td>Анкету-оцінку з метою оцінювання якості курсу буде надано по завершенню курсу.</td></tr>
</table>

Схема курсу

Тиж.	Тема, план, короткі тези	Лекції, год	Лабораторне заняття, год	Лекції, год
1	**Тема 1. Вступ до IT-продуктів** ● чому цей курс важливий ● структура курсу ● що нам варто знати про сферу IT-продуктів		2	2
2	**Тема 2. Успіх IT-продуктів** ● value ● бізнес-модель та монетизація ● retention ● базові метрики ● product market fit ● цикл розвитку продукту	2	2	2
3	**Тема 3. Команда IT-продукту та non-tech професії у продуктовому IT** ● з яких спеціалістів складається продуктова команда ● основні патерни та динаміка взаємодії між різними членами команди		2	4
4	**Тема 4. Професія продактменеджера** ● хто такий продактменеджер, якими компетенціями володіє ● як продактменеджер ставить цілі команді та їх вимірює ● розробка product strategy	2	2	2
5	**Тема 5. Пошук та валідація ідеї** ● потреби та болі ЦА ● дослідження ЦА (кількісні та якісні) ● desk-дослідження ● що таке MVP (поняття, етапи, критерії тестування ідеї, критерії успішності)	2	2	2
6	**Тема 6. Прийняття рішень в продуктових командах** ● пріоритизація ● RICE, value-effort ● дизайн-мислення ● мистецтво сказати «так» або «ні»		2	4
7	**Тема 7. Продуктова аналітика** ● що таке метрики та як їх вимірювати ● гіпотези (як формувати та перевіряти) ● A/B-тестуванняSQL, бази даних		2	2
8	**Тема 8. Performance маркетинг та залучення користувачів** ● які є напрямки в маркетингу в продуктовій команді ● що таке performance marketing ● основні маркетингові поняття	2	2	2
9	**Тема 9. Інструменти аналізу ринку та цільова аудиторія**	2	2	2

	продукту. Метрики ● як маркетологу працювати з метриками ● інструменти аналізу ринку та цільової аудиторії (similarweb, sensortower, quora)			
10	**Тема 10. Продуктовий дизайн** ● що таке дизайн ● які напрямки дизайну є в продуктовому ІТ ● що таке продуктовий дизайн ● роль та місце продуктового дизайнера в розвитку ІТ-продуктів		2	4
11	**Тема 11. Поведінка користувача** ● поведінка користувачів продукту ● наджинг (nudging)	2	2	2
12	**Тема 12. Прийоми роботи з патернами поведінки** ● способи схиляння користувачів ● behavioral tricks		2	2
13	**Тема 13. Техчастина розробки ІТ-продукту** ● які є «тех» спеціальності в продуктовому ІТ ● як техчастина впливає на процес розробки продукту	2	2	4
14	**Тема 14. Техспеціалісти продуктової команди** ● які є «тех» спеціалісти в продуктовій команді ● з чим щодня працюють тестувальники та розробники ● основні мови програмування		2	2
15	**Тема 15. Управління командами та лідерство** ● основи менеджменту команд ● компетенції менеджера ● мотивація команд та інструменти управління	2	2	4
16	**Тема 16. Висновки** ● алгоритм запуску продукту ● аналізуємо успішність нашого ІТ-продукту		2	2
	Всього	16	32	42