

«ЗАТВЕРДЖУЮ»

Голова науково-методичної ради  
Факультету

Юлія Гаркавенко 

«30» 08 2023 р.

## РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

### ОК 1.9. Вступ до спеціальності

для здобувачів вищої освіти

рівень вищої освіти \_\_\_\_\_ перший (бакалаврський) \_\_\_\_\_

галузь знань \_\_\_\_\_ 02 Культура і мистецтво \_\_\_\_\_

спеціальність \_\_\_\_\_ 029 Інформаційна, бібліотечна та архівна справа \_\_\_\_\_

спеціалізація \_\_\_\_\_

освітня програма \_\_\_\_\_ Диджитальні медіа \_\_\_\_\_

рік набору 2023/2024 форма навчання \_\_денна\_\_\_\_ термін навчання \_3 роки 10 місяців

вид дисципліни \_\_\_\_\_ *обов'язкова* \_\_\_\_\_

Розробник (-и) Демченко Максим Володимирович,

Завідувач кафедри медіакомунікацій та комунікаційних технологій,

канд. політ. наук, доцент

*вказати розробників: ПІБ, посада, науковий ступінь, вчене звання*

  
\_\_\_\_\_ підпис

Погоджено гарант ОП \_\_\_\_\_

  
(підпис)

\_\_\_\_\_ Максим Демченко \_\_\_\_\_

(ім'я та прізвище)

Робоча програма схвалена на засіданні кафедри медіакомунікацій та комунікаційних технологій

Протокол від « 2 9 » \_\_\_\_\_ 0 8 \_\_\_\_\_ 2023 року № \_\_\_\_\_ 1 \_\_\_\_\_

Ухвалено на засіданні науково-методичної ради факультету ФСЗМК

Протокол від « 3 0 » \_\_\_\_\_ 0 8 \_\_\_\_\_ 2023 року № \_\_\_\_\_ 1 \_\_\_\_\_

Дніпро  
2023



## 1. Мета дисципліни.

Мета дисципліни дати студентам чітке уявлення про сучасні digital-технології, цифрові канали комунікації та сферу ІТ. Програма курсу передбачає, окрім вивчення лекційного матеріалу та проведення практичних занять, проходження онлайн-курсу від української ІТ-компанії Genesis «Створення та розвиток ІТ-продуктів».

ЗК1. Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу.

ЗК8. Здатність оцінювати та забезпечувати якість виконуваних робіт.

ФК1. Здатність здійснювати відбір, аналіз, оцінку, систематизацію, моніторинг, організацію, зберігання, розповсюдження та надання в користування інформації та знань у будь-яких форматах.

ФК7. Здатність впроваджувати інноваційні технології виробництва інформаційних продуктів і послуг, підвищення якості інформаційного обслуговування користувачів інформаційних, бібліотечних та архівних установ.

## 2. Попередні вимоги до опанування або вибору навчальної дисципліни (за наявності).

Бажано, щоб студент мав, як користувач та споживач, уявлення про сучасні ІТ-продукти та цифрові канали комунікації.

## 3. Результати навчання за дисципліною та їх співвідношення із програмними результатами навчання.

РН1. Знати і розуміти наукові засади організації, модернізації та впровадження новітніх технологій в інформаційній, бібліотечній та архівній діяльності

РН11. Здійснювати пошук інформації в різних джерелах для розв'язання професійних завдань.

РН15. Використовувати різноманітні комунікативні технології для ефективного спілкування на професійному, науковому та соціальному рівнях на засадах толерантності, діалогу і співробітництва.

№	Результати навчання за дисципліною	Програмні результати навчання за ОП	Номери тем
1	Знання про те, які етапи створення та розвитку ІТ-продуктів існують, а також критерії, за якими визначається їхня успішність;	РН1, РН11	1
2	Вміння визначати успішність ІТ-продуктів за допомогою спеціальних метрик. Навички мислення продуктовими та підприємницькими категоріями, виконання базових компетенцій на рівні trainee продактменеджера, вміння презентувати ідею власного продукту	РН1, РН11	2
3	Знання особливостей роботи технічної та нетехнічної складової продуктової команди, вміння підготувати власний CV	РН11	3
4	Знання базових понять маркетингу у сфері продуктового ІТ, способи дослідження та впливу на цільову аудиторію продукту.	РН15	4
5	Вміння оперувати основними маркетинговими інструментами для	РН15	4

просування продукту		
---------------------	--	--

#### 4. Структура навчальної дисципліни.

№ п/п	Номер і назва теми	Кількість годин*				Примітки**			
		лекції	семінарські/практичні вирати необхідне	Лабораторні заняття	Самостійна робота	2023/24 н.р.	2024/25 н.р.	2025/26 н.р.	2026/27 н.р.
<b>1 семестр</b>									
<b>Змістовний модуль 1 Створення та розвиток ІТ-продуктів</b>									
1	Тема 1 Сфера ІТ та продуктиві ІТ-компанії	8	3		16				
2	Тема 2 Пітчдеки: види, структура, нюанси	8	3		16				
3	Тема 3 Команда у продуктовому ІТ та власне CV	8	3		16				
4	Тема 4 Наджінг у цифровій комунікації	8	12		16				
	<b>ВСЬОГО</b>	32	24		64				

#### Тематика практичних / семінарських / лабораторних занять

Назви змістових модулів і тем	Кількість годин
<b>Семестр 1. Змістовий модуль 1.</b>	
<b>Практичне заняття 1</b>	<b>3</b>
<b>Тема 1.</b> Опис існуючого ІТ-продукта за визначеними критеріями <b>Хід роботи:</b> доповідь	
<b>Практичне заняття 2</b>	<b>3</b>
<b>Тема 2.</b> Проведення короткої презентації ідеї власного ІТ-продукта <b>Хід роботи:</b> доповідь	
<b>Практичне заняття 3</b>	<b>3</b>
<b>Тема 3.</b> Підготовка власного CV <b>Хід роботи:</b> доповідь	
<b>Практичне заняття 4</b>	<b>2</b>
<b>Тема 4.</b> Розробка історії за методикою сторітелінгу для власної ідеї продукту <b>Хід роботи:</b> доповідь	
<b>Практичне заняття 5</b>	<b>10</b>
<b>Тема 1-4.</b> Фінальний проєкт – презентація командою власної ідеї ІТ-продукту за шаблоном Lean Canvas <b>Хід роботи:</b> презентація	
<b>Всього годин</b>	<b>24</b>

## Тематика самостійної роботи

Зміст самостійної роботи	Форма контролю	Кіл-ть годин
<b>Семестр 1. Змістовний модуль 1</b>		
<b>До тем 1-4:</b>		
Проходження онлайн-курсу «Створення та розвиток ІТ-продуктів» на онлайнівій платформі	Сертифікат	<b>64</b>
<b>Всього годин</b>		<b>64</b>

### 5. Схема формування оцінки.

#### 5.1 Шкала відповідності оцінок:

Відмінно/Excellent	Зараховано/Passed	90-100
Добре/Good		82-89
Задовільно/Satisfactory		75-81
		64-74
Незадовільно/Fail	Не зараховано/Fail	0-59

#### 5.2 Форми та організація оцінювання:

##### Поточний контроль:

Форма оцінювання	Строки проведення оцінювання (тижні викладання)	Максимальна кількість балів
Оцінювання практичних завдань (Практичне заняття 1)	2	5
Оцінювання практичних завдань (Практичне заняття 2)	4	5
Оцінювання практичних завдань (Практичне заняття 3)	6	5
Оцінювання практичних завдань (Практичне заняття 4)	8	5
<b>Максимальна кількість балів за поточне оцінювання</b>		<b>20</b>

##### Самостійна робота:

Форма оцінювання	Строки проведення оцінювання (тижні викладання)	Максимальна кількість балів
Проходження онлайн-курсу «Створення та розвиток ІТ-продуктів» на онлайнівій платформі	1-13	60

**Захист проєкту:**

Форма оцінювання	Строки проведення оцінювання (тижні викладання)	Максимальна кількість балів
Презентація командою власної ідеї IT-продукту за шаблоном Lean Canvas	13	20

**Семестровий контроль:**

Форма оцінювання	Максимальна кількість балів
Залік	100

**5.3 Критерії оцінювання:**

<b>Критерії оцінювання знань здобувачів*</b>	
<b>Форма 1 Практичні завдання</b>	
<b>Бали</b>	<b>Критерій</b>
4*5	Виконане у повному обсязі, відповідно до поставленого завдання та теми, в обумовленій формі завдання, завантажене у ТІМС
<b>Форма 2 Самостійна робота</b>	
<b>Бали</b>	<b>Критерій</b>
60	Отримання сертифікату за проходження онлайн-курсу «Створення та розвиток IT-продуктів» на онлайнівій платформі (11 навчальних модулів (16 мінілекцій до 20 хвилин кожна, 13 тестувань)
<b>Форма 3 Фінальний проєкт</b>	
<b>Бали</b>	<b>Критерій</b>
20	Презентація командою власної ідеї IT- продукту за шаблоном Lean Canvas – розкрито всі необхідні пункти
<b>Форма 4 Залік</b>	
<b>Бали</b>	<b>Критерій</b>
100	Виставляється на підставі суми балів за поточні завдання. Максимум 100 балів

\* (за кожною формою оцінювання, зазначеною у п. 5.2)

## **6. Методи навчання, інструменти, обладнання та програмне забезпечення, використання яких передбачає навчальна дисципліна:**

Методи навчання: Лекційні, практичні та самостійні заняття

Інструменти та обладнання: Презентації, відеоматеріали, онлайніві курси

Програмне забезпечення: Простір для дистанційного навчання Office 365, Teams, освітня онлайн-платформа Genesis

## 7. Рекомендована література:

### Основна:

1. Бергер Й. Заразливий / пер. з англ. Олени Замойської. – К. : Наш формат, 2016. – 200 с.
2. Гелліген Б., Шах Д. Вхідний маркетинг. Приваблюйте, залучайте і радуйте клієнтів онлайн / Браян Гелліген, Джармеш Шах; пер. з англ. В. Луненко. – Харків : Вид-во «Ранок» : Фабула, 2020. – 240 с.
3. Котлер Ф. Маркетинг 4.0 від традиційного до цифрового / Філіп Котлер, Гермаван Катарджая, Іван Сетьяван; пер. з англ. К. Куницької та О. Замаєвої. – 2-ге вид. виправл. – К. : Вид. група КМ-БУКС, 2019. – 224 с., іл.
4. Kingsnorth Simon. Digital Marketing Strategy: An Integrated Approach to Online Marketing 3rd Edition / Kogan Page; 3rd edition, 2022. – 416 p.
5. Еяль Н. На гачку. Як створити продукт, що чіпляє / Нір Еяль, Раян Гувер; пер. з англ. Галина Гриценко. – К. : Наш формат, 2017. – 192 с.

### Додаткова:

1. Длігач Андрій. Про війну брендів за формування культур. URL: [https://trademaster.ua/marketing\\_i\\_prodazhi/312826?utm](https://trademaster.ua/marketing_i_prodazhi/312826?utm) (дата Звернення 16.10.2018)
2. Dan S. Kennedy. No B.S. Guide to Direct Response Social Media Marketing / Entrepreneur Press; 2nd edition, 2020. – 338 p.
3. Шваб Клаус. Четверта промислова революція, Формуючи четверту промислову революцію/ Клаус Шваб; пер. з англ. Наталії Климчук, Ярослава Лебеденко – Харків: Клуб Сімейного Дозвілля, 2019. – 416 с.

## 8. Інформаційні ресурси

1. [«Хочу піти у продуктове ІТ, але не знаю, що це». Пояснюємо разом із фахівцями Genesis](#)
2. [Зробити пілот, обігнати конкурентів, виміряти Product Market Fit. Продакт-конференція Genesis](#)
3. [30 років Незалежності і 5 українських стартапів-єдинорогів. Хто вони? | dev.ua](#)
4. [Формула успіху S.M.A.R.T: мотивуємо себе та учнів — Журнал «На Урок» \(naurok.com.ua\)](#)
5. [Roadmap: що це таке та як нею користуватися \(vctr.media\)](#)
6. [Нетехнічні професії в ІТ. Розповідаємо, що вимагають та скільки платять | MC.today](#)
7. [П'ять маркетингових професій у продуктовому ІТ: який напрям обрати та що вивчати \(gen.tech\)](#)
8. [Все, що потрібно знати про інтернет-рекламу \(gen.tech\)](#)
9. [Як зробити аналіз цільової аудиторії? \(cases.media\)](#)
10. [Цільова аудиторія. Визначення, сегментування, методи впливу | by Myroslava Yurova | #yurova\\_business | Medium](#)

11. [Що таке MVP? \(avada-media.ua\)](https://avada-media.ua)
12. [Огляд методів UX-дослідження \(cases.media\)](https://cases.media)
13. <https://invotech.co/blog/what-is-desk-research-and-how-to-do-it/>
14. [RICE Prioritization Framework for Product Managers \[+Examples\] \(intercom.com\)](https://intercom.com)
15. [North Star Metric \(2023\): Your NSM in 9 Steps \[+ OMTM\] \(gustdebacker.com\)](https://gustdebacker.com)
16. [Value vs. Complexity Prioritization Model | Definition and Overview \(productplan.com\)](https://productplan.com)
17. [A/B-Test Calculator - Power & Significance - ABTestGuide.com](https://abtestguide.com)
18. [Юніт-економіка та аналітика продукту: що потрібно рахувати стартапам \(gen.tech\)](https://gen.tech)
19. [Дата-аналітик в ІТ: хто він, що робить та як ним стати – AIN.UA](https://ain.ua)
20. [Перевірено на людях, або Як і для чого починати А/В-тестування | DOU](https://dou.ua)