

Житомирська політехніка	МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА» Система управління якістю відповідає ДСТУ ISO 9001:2015			Ф-31.07- 05.01/035.00.1/ВК Х-01-2024
	Випуск _____	Зміни 0	Екземпляр № 1	Арк 16 / 1

ЗАТВЕРДЖЕНО

Вченою радою факультету
педагогічних технологій
та освіти впродовж життя
27 серпня 2024 р.,
протокол №7

Голова Вченої ради
Оксана ЧЕРНИШ

РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ «Продуктовий менеджмент»

для здобувачів вищої освіти освітнього ступеня «бакалавр»
спеціальності 035 «Філологія»
освітньо-професійна програма «Філологія (прикладна лінгвістика)»
факультет педагогічних технологій та освіти впродовж життя
кафедра теоретичної та прикладної лінгвістики

Схвалено на засіданні кафедри
психології та соціального
забезпечення

26 серпня 2024 р., протокол № 7

Завідувач кафедри
Марина ОКСЮТОВИЧ

Гарант освітньо-професійної
програми

Людмила МОГЕЛЬНИЦЬКА

Розробник: к.е.н., доцент ЖАЛІНСЬКА Ірина

Житомир
2024 – 2025 н.р.

Житомирська політехніка	МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА» Система управління якістю відповідає ДСТУ ISO 9001:2015			Ф-31.07- 05.01/035.00.1/ВК Х-01-2024
	Випуск _____	Зміни 0	Екземпляр № 1	Арк 16 / 2

Робоча програма навчальної дисципліни «Продуктовий менеджмент» для здобувачів вищої освіти освітнього ступеня «бакалавр» спеціальності 035 «Філологія» освітньо-професійна програма «Філологія (прикладна лінгвістика)» затверджена Вченою радою факультету педагогічних технологій та освіти впродовж життя від 27 серпня 2024 р., протокол №7.

Житомирська політехніка	МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА» Система управління якістю відповідає ДСТУ ISO 9001:2015			Ф-31.07- 05.01/035.00.1/ВК Х-01-2024
	Випуск ____	Зміни 0	Екземпляр № 1	Арк 16 / 3

1. Опис навчальної дисципліни

Найменування показників	Галузь знань, спеціальність, освітній ступінь	Характеристика навчальної дисципліни	
		денна форма навчання	заочна форма навчання
Кількість кредитів 4	Галузь знань 03 «Гуманітарні науки»	Вибіркова	
Модулів – 2	Спеціальність 035 «Філологія»	Рік підготовки:	
Змістових модулів – 2		4	__
Загальна кількість годин – 120		Семестр	
		7	__
Тижневих годин для денної форми навчання: аудиторних – 4 самостійної роботи – 3,5	Освітній ступінь «бакалавр»	Лекції	
		32 год.	__ год.
		Практичні	
		32 год.	__ год.
		Лабораторні	
		__ год.	__ год.
		Самостійна робота	
		56 год.	__ год.
Вид контролю: залік			

Частка аудиторних занять і частка самостійної та індивідуальної роботи у загальному обсязі годин з навчальної дисципліни становить:

для денної форми навчання – 53,3 % аудиторних занять, 46,7 % самостійної та індивідуальної роботи.

Житомирська політехніка	МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА» Система управління якістю відповідає ДСТУ ISO 9001:2015			Ф-31.07- 05.01/035.00.1/ВК Х-01-2024
	Випуск _____	Зміни 0	Екземпляр № 1	Арк 16 / 4

2. Мета та завдання навчальної дисципліни

Метою вивчення навчальної дисципліни є формування комплексного розуміння процесу створення та розвитку цифрових продуктів, зокрема тих, що пов'язані з мовою та комунікацією, та набуття практичних навичок щодо планування, розробки, маркетингу та постійного вдосконалення продукту або продуктів компанії.

Завданнями навчальної дисципліни є:

- оволодіння основами продуктового менеджменту як практики стратегічного управління розробкою, виведенням на ринок, а також постійною підтримкою та вдосконаленням продуктів компанії;
- вивчення життєвого циклу продукту та основних етапів його розробки від розробки, виведення на ринок, зростання, зрілості та спаду;
- розуміння ролі та обов'язків продуктового менеджера в команді;
- ознайомлення з сучасними бізнес-моделями та побудовою організаційних структур та процесів в компанії;
- розуміння особливостей планування продукту через розробку дорожньої карти та управління портфелем.

У результаті вивчення дисципліни студент повинен *знати*:

- теоретичні основи продуктового менеджменту, його завдання та роль у досягненні бізнес-цілей компанії;
- основи управління продуктом на окремих етапах життєвого циклу продукту;
- обов'язки, відповідальність та місце продуктового менеджера в компанії;
- сучасні бізнес-моделі та їх застосування в контексті цифрових продуктів;
- основи маркетингу, включаючи сегментацію ринку, позиціонування продукту, просування та продажу.

вміти:

- створювати дорожню карту продукту;
- розробляти ефективні стратегії виходу продукту на ринок;
- застосовувати сучасні інструменти аналізу ринку та ринкових трендів при обґрунтуванні управлінських рішень щодо розробки, запуску та розвитку продукту;
- будувати ефективну взаємодію з розробниками, дизайнерами, маркетологами та іншими членами команди.

Загалом, після вивчення дисципліни студент повинен бути обізнаним щодо управління розробкою, виведенням на ринок, а також постійною підтримкою та вдосконаленням продуктів компанії, забезпечуючи максимальну задоволеність клієнтів та досягнення бізнес-цілей компанії.

Житомирська політехніка	МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА» Система управління якістю відповідає ДСТУ ISO 9001:2015			Ф-31.07- 05.01/035.00.1/ВК Х-01-2024
	Випуск _____	Зміни 0	Екземпляр № 1	Арк 16 / 5

Під час вивчення навчальної дисципліни здобувачі вищої освіти зможуть отримати додатково наступні Soft skills:

- *комунікативні навички*: письмове, вербальне й невербальне спілкування; уміння грамотно спілкуватися по e-mail; вести дискусію і відстоювати свою позицію; навички працювати в команді;

- *уміння виступати привселюдно*: навички, необхідні для виступів на публіці; навички проведення презентації;

- *керування часом*: уміння справлятися із завданнями вчасно;

- *гнучкість і адаптивність*: гнучкість, адаптивність і здатність змінюватися; уміння аналізувати ситуацію, орієнтування на вирішення проблеми;

- *лідерські якості*: уміння спокійно працювати в напруженому середовищі; уміння ухвалювати рішення; уміння ставити мету, планувати діяльність;

- *особисті якості*: креативне й критичне мислення; етичність, чесність, терпіння, повага до оточуючих.

Житомирська політехніка	МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА» Система управління якістю відповідає ДСТУ ISO 9001:2015			Ф-31.07- 05.01/035.00.1/ВК Х-01-2024
	Випуск _____	Зміни 0	Екземпляр № 1	Арк 16 / 6

3. Програма навчальної дисципліни

Модуль 1

Змістовий модуль 1. Product Strategy and Vision

Тема 1. Overview of Product Management

What is Product Management? The main purpose of Product Management – strategic planning and execution of a product from its inception to its end-of-life. The main activities of Product Management: Market Research, Product Strategy, Product Planning, Product Development, Product Launch, and Monitoring product performance.

The Role of a Product Manager. Key responsibilities of a Product Manager: Strategic Thinking, Customer Focus, Cross-Functional Collaboration, Problem-Solving, Data-Driven Decision Making, and Leadership.

Product Life Cycle. The characteristics of the stages: Introduction, Growth, Maturity, Decline. The role of Product Life Cycle in decision making in terms of product strategy, resource allocation, and investment priorities.

Тема 2. Assessing Product Opportunities

Product Opportunities: Approaches to Assessment. The sources of opportunities, such as customer feedback, market trends, technological advancements, or internal innovation initiatives.

Assessment techniques. Market Research. SWOT Analysis. Customer Segmentation. Value Proposition Canvas. Business Model Canvas. Prototyping and Testing. Ways to Conduct a Product Opportunity Assessment. The main stages of assessment: Identify Potential Opportunities, Evaluate Opportunities, Conduct Market Research, Develop a Business Case, Create a Product Prototype (minimum viable product (MVP), Launch and Monitor. Scoring Models.

Тема 3. Business Model Design

The Importance of Using Business Model Design in terms of a company's strategy, generating revenue, managing costs, staying competitive in a constantly changing market, and attracting investors and secure funding.

A robust business model for an organization: main points. Industry acumen. Business modelling. Ideating different business models. Evaluating business models.

Types of Business Models. E-commerce, Subscription-Based, Peer-to-Peer (P2P), Freemium, Franchise, Marketplace, Rental, Direct Sales, Razor and Blade, Platform as a Service (PaaS), Pay-as-You-Go, B2B (Business-to-Business), B2C (Business-to-Consumer), Brick-and-Mortar, and Hybrid Business Models.

Змістовий модуль 2. Product Development and Launch

Тема 4. Discovery & Requirements Definition

The Discovery Phase as a crucial initial stage in software product development to

Житомирська політехніка	МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА» Система управління якістю відповідає ДСТУ ISO 9001:2015			Ф-31.07- 05.01/035.00.1/ВК Х-01-2024
	Випуск _____	Зміни 0	Екземпляр № 1	Арк 16 / 7

define the product's scope, goals, and requirements.

Benefits of Software Product Discovery: Reduced Risk, Improved Product-Market Fit, Enhanced Collaboration, Faster Time to Market, Higher Quality Product, Cost Savings. Product Discovery Steps: Problem Definition, User Research, Feature Prioritization, Technical Feasibility Assessment, Design and Prototyping, Roadmap Creation. Product Discovery Deliverables: Product Vision Document, User Personas, User Stories, Product Backlog, Technical Specifications, Design System, Product Roadmap.

Тема 5. Structure, People and Process in Product Management

Six functions of the core product development team: innovation, product management, project management, product marketing, engineering, and operations.

Product Management Organization Structure. The brief characteristic of the most common types of Organizational Structures: Flat, Functional, Cross-functional, Divisional, etc. Their pros and cons. The real-business-world examples.

Choosing the right type of product management structure.

Тема 6. Product Planning: Roadmap Design & Portfolio Management

Product planning: creating a roadmap and managing a portfolio of products to achieve business objectives.

Product Roadmap. A visual representation of a product's journey from conception to end-of-life. Outline the product's vision, strategy, and timeline. Include features, milestones, and release dates. Serves as a communication tool for stakeholders.

Product Portfolio Management. The process of managing a collection of products to optimize their overall performance. Involve prioritizing, allocating resources, and making decisions about which products to invest in, maintain, or discontinue. Aim to balance short-term and long-term goals.

Змістовий модуль 3. Product Growth and Management

Тема 7. Taking Products to Market

The framework of Product Launch and Product Marketing. Plan a marketing launch. The purpose of a marketing launch. Common types of marketing launches: new brands, products, service offerings, programs, campaigns, etc. Components of a marketing launch plan: dates, tasks, phases, milestones, dependencies, and success metrics. A marketing launch plan: Define success, Set the direction, Meet deadlines, Build the plan, and Track progress.

How to create a go-to-market (GTM) strategy as a step-by-step plan for launching a new product or expanding an existing product into a new market, i.e. Identify the problem, Define the target audience, Research competition and demand, Decide key messaging, Map the buyer's journey, Pick marketing channels, Create a sales plan, Set concrete goals, and Create clear processes.

GTM strategy benefits: Faster market entry, Enhanced customer understanding,

Житомирська політехніка	МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА» Система управління якістю відповідає ДСТУ ISO 9001:2015			Ф-31.07- 05.01/035.00.1/ВК Х-01-2024
	Випуск _____	Зміни 0	Екземпляр № 1	Арк 16 / 8

Streamlined resource allocation, and Competitive advantage.

Тема 8. Managing Whole Offers and Partner Ecosystems

Whole offers and the partner ecosystems as a broader scope of responsibilities, requiring a deeper understanding of strategic partnerships, complex product bundles, and the intricate dynamics of multi-party relationships.

Whole Offers. A comprehensive solution that combines multiple products and services to address a customer's specific needs (hardware, software, services, and content).

Partner Ecosystems. A network of interconnected organizations that collaborate to create and deliver value (resellers, distributors, technology providers, and service providers).

4. Структура (тематичний план) навчальної дисципліни

Житомирська політехніка	МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА» Система управління якістю відповідає ДСТУ ISO 9001:2015			Ф-31.07- 05.01/035.00.1/ВК Х-01-2024
	Випуск _____	Зміни 0	Екземпляр № 1	Арк 16 / 9

Змістові модулі і теми	Кількість годин			
	денна форма			
	усього	лекцій	практичних (лабораторних)	самостійної роботи
Модуль 1				
Змістовий модуль 1. Product Strategy and Vision				
Тема 1. Overview of Product Management	15	4	4	7
Тема 2. Assessing Product Opportunities	15	4	4	7
Тема 3. Business Model Design	15	4	4	7
Разом за змістовий модуль 1	45	12	12	21
Змістовий модуль 2. Product Development and Launch				
Тема 4. Discovery & Requirements Definition	15	4	4	7
Тема 5. Structure, People and Process in Product Management	15	4	4	7
Тема 6. Product Planning: Roadmap Design & Portfolio Management	15	4	4	7
Разом за змістовий модуль 2	45	12	12	21
Змістовий модуль 3. Product Growth and Management				
Тема 7. Taking Products to Market	15	4	4	7
Тема 8. Managing Whole Offers and Partner Ecosystems	15	4	4	7
Разом за змістовий модуль 3	30	8	8	14
ВСЬОГО	120	32	32	56

5. Теми практичних (лабораторних) занять

Житомирська політехніка	МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА» Система управління якістю відповідає ДСТУ ISO 9001:2015			Ф-31.07- 05.01/035.00.1/ВК Х-01-2024
	Випуск _____	Зміни 0	Екземпляр № 1	Арк 16 / 10

№ з/п	Назва теми	Кількість годин
		денна форма
Модуль 1		
Змістовий модуль 1. Product Strategy and Vision		
1	Overview of Product Management. The main purpose and activities of Product Management. The Role of a Product Manager. Product Life Cycle.	4
2	Assessing Product Opportunities. Approaches to Assessment. Assessment techniques. Ways to Conduct a Product Opportunity Assessment.	4
3	Business Model Design. A robust business model for an organization. Types of Business Models.	4
Змістовий модуль 2. Product Development and Launch		
4	Discovery & Requirements Definition. Benefits of Software Product Discovery. Product Discovery Steps. Product Discovery Deliverables.	4
5	Structure, People and Process in Product Management. Six functions of the core product development team. Product Management Organization Structure.	4
6	Product Planning: Roadmap Design & Portfolio Management. Product planning. Product Roadmap. Product Portfolio Management.	4
Змістовий модуль 3. Product Growth and Management		
7	Taking Products to Market. Product Launch and Product Marketing. A go-to-market strategy.	4
8	Managing Whole Offers and Partner Ecosystems. Whole Offers. Partner Ecosystem.	4
РАЗОМ		32

Житомирська політехніка	МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА» Система управління якістю відповідає ДСТУ ISO 9001:2015			Ф-31.07- 05.01/035.00.1/ВК Х-01-2024
	Випуск _____	Зміни 0	Екземпляр № 1	Арк 16 / 11

6. Завдання для самостійної роботи

№ з/п	Назва теми	Кількість годин
		денна форма
Модуль 1		
Змістовий модуль 1. Product Strategy and Vision		
1	Consider the Product Life Cycle based on the real-world examples.	7
2	Carry out possible root causes of product failure.	7
3	Consider any contemporary Business Model based on the real-world examples.	7
Змістовий модуль 2. Product Development and Launch		
4	Learn about some typical outcomes of Discovery service, i.e. Software Requirements Specification (SRS) Document, UI/UX wireframes, Consumer journey map.	7
5	Consider Organisational Ambidexterity.	7
6	Consider integrating security and privacy considerations into the product development process.	7
Змістовий модуль 3. Product Growth and Management		
7	Learn about contemporary ways to effectively market a product or service.	7
8	Consider possible mechanisms to resolve disputes and conflicts between partners.	7
РАЗОМ		56

7. Індивідуальні самостійні завдання

Індивідуальні завдання є однією з форм навчального процесу, що передбачає створення умов для найповнішої реалізації творчості можливостей студентів і має на меті поглиблення, узагальнення та закріплення знань, які студенти можуть одержати в процесі вивчення курсу даної дисципліни, а також застосування цих знань на практиці.

За результатами вивчення дисципліни студенти в якості індивідуального самостійного завдання створюють словник, що охоплює основні терміни Продуктового Менеджменту та інші важливі економічні терміни, використовуючи сучасні цифрові інструменти. Виконання цього завдання дозволить студентам не тільки розширити свої знання в галузі продуктового менеджменту, але й розвинути важливі навички, необхідні для успішної кар'єри в цій сфері.

Метою роботи є:

- систематизація знань з дисципліни, що вивчається, та дотичних до неї економічних термінів;
- розвиток дослідницьких навичок завдяки проведенню самостійного

Житомирська політехніка	МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА» Система управління якістю відповідає ДСТУ ISO 9001:2015			Ф-31.07- 05.01/035.00.1/ВК Х-01-2024
	Випуск _____	Зміни 0	Екземпляр № 1	Арк 16 / 12

дослідження та пошуку інформації з різних джерел;

- оволодіння сучасними цифровими інструментами для здійснення дослідницької діяльності;
- формування професійних комунікативних навичок, оскільки словник має бути зрозумілим, логічно структурованим і відповідати вимогам академічного письма.

Послідовність виконання завдання:

1. Визначення обсягу словника. Слід визначити, які саме терміни будуть включені до словника. Це може бути зроблено шляхом аналізу навчальних матеріалів, наукової літератури та пошуку інформації в Інтернеті.

2. Збір інформації. Слід зібрати детальну інформацію про кожен термін, включаючи його визначення та приклади використання. Джерелами інформації можуть бути: підручники з продуктового менеджменту та економіки, лекції, наукові статті та дослідження, вебсайти компаній та організацій, що працюють у сфері технологій, онлайн-енциклопедії та словники.

3. Структурування інформації. Слід обрати відповідну структуру для словника. Це може бути алфавітний порядок, тематичні блоки або комбінація обох підходів.

4. Створення цифрового ресурсу. Можна використовувати різноманітні цифрові інструменти для створення словника, такі як:

Google Таблиці: Для створення структурованої таблиці з термінами та їхніми визначеннями.

Google Docs: Для створення більш формального документа зі словником.

Спеціалізовані програмні продукти: Для створення інтерактивних словників або баз даних.

5. Оформлення словника. Словник повинен містити не менше як 50 термінів.

6. Презентація роботи. Студенти презентують свої словники на практичних заняттях, де пояснюють свої вибори та обґрунтовують структуру.

Окрім того, студенти додатково можуть:

- використовувати візуалізацію (діаграми, графіки тощо) для кращого розуміння термінів;
- розглядати приклади використання термінів у реальних ситуаціях;
- співпрацювати з однокурсниками;
- регулярно оновлювати словник.

8. Методи навчання

Під час викладання навчальної дисципліни використовуються наступні методи навчання.

- Вербальні методи (лекція, пояснення)
- Наочні методи (спостереження, демонстрація, ілюстрація)

Житомирська політехніка	МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА» Система управління якістю відповідає ДСТУ ISO 9001:2015			Ф-31.07- 05.01/035.00.1/ВК Х-01-2024
	Випуск _____	Зміни 0	Екземпляр № 1	Арк 16 / 13

- Практичні методи (виконання різних видів вправ, практичних завдань, ділових кейсів)
- Дискусійний метод
- Метод активного навчання (проведення мозкового штурму, командна робота)
- Ситуаційний метод
- Методи самостійної роботи (анотування опрацьованого матеріалу, підготовка доповідей, написання наукових статей, участь у конференціях)

9. Методи контролю

Перевірка досягнення результатів навчання здійснюється з використанням наступних методів.

- Усне опитування, участь у дискусії, відповіді на проблемні запитання
- Перевірка виконання домашніх завдань, практичних завдань, вправ, кейсів
- Експрес-тестування
- Перевірка виконання та захист індивідуальних завдань
- Самооцінювання та взаємооцінювання
- Залік

10. Оцінювання результатів навчання здобувачів вищої освіти

Оцінювання результатів навчання здобувачів вищої освіти з навчальної дисципліни здійснюється відповідно до Положення про оцінювання результатів навчання здобувачів вищої освіти у Державному університеті «Житомирська політехніка» та розподілу балів, що наведений нижче.

Система оцінювання результатів навчання здобувачів вищої освіти з навчальної дисципліни включає поточний та підсумковий контроль.

Поточний контроль проводиться для оцінювання рівня засвоєння знань, формування умінь і навичок здобувачів вищої освіти впродовж вивчення ними матеріалу модуля (змістових модулів) навчальної дисципліни. Поточний контроль здійснюється під час проведення навчальних занять.

Підсумковий контроль проводиться для підсумкового оцінювання результатів навчання здобувачів вищої освіти з навчальної дисципліни. Підсумковий контроль здійснюється після завершення вивчення навчальної дисципліни або наприкінці семестру. Підсумковий контроль проводиться у формі заліку. Процедура складання заліку визначена у Положенні про організацію освітнього процесу у Державному університеті «Житомирська політехніка».

Розподіл балів з навчальної дисципліни

Житомирська політехніка	МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА» Система управління якістю відповідає ДСТУ ISO 9001:2015			Ф-31.07- 05.01/035.00.1/ВК Х-01-2024
	Випуск _____	Зміни 0	Екземпляр № 1	Арк 16 / 14

Види робіт здобувача вищої освіти	Кількість балів за семестр
	денна форма
Виконання завдань поточного контролю	100
Підсумкова семестрова оцінка	100

Розподіл балів за виконання завдань поточного контролю

Види робіт здобувача вищої освіти	Кількість балів за семестр
	денна форма
Виконання завдань під час навчальних занять	80
Виконання та захист індивідуальних самостійних завдань	20
Виконання науково-дослідної роботи та інших видів робіт (додаткові – заохочувальні бали): 1. Участь у студентських предметних олімпіадах, Всеукраїнському конкурсі студентських наукових робіт, грантах, науково-дослідних проектах 2. Підготовка наукових статей, тез доповідей наукових конференцій	20
Разом за виконання завдань поточного контролю	100

Розподіл балів за виконання завдань під час навчальних занять

Види робіт здобувача вищої освіти	Кількість балів за семестр
	денна форма
Відповіді (виступи) на заняттях	20
Участь у дискусії	20
Виконання тестових завдань	20
Виконання та захист практичних завдань, вправ, кейсів	20
Разом за виконання завдань під час навчальних занять	80

З метою застосування цілих чисел для оцінювання результатів роботи здобувачів під час навчальних занять може використовуватися 100-бальна шкала оцінювання щодо кожного окремо виду робіт. Розрахунок загальної кількості балів, які здобувач може набрати за результатами роботи під час навчальних занять протягом семестру, проводиться за формулою:

$$P_{\text{НЗ}} = \sum (P_i \times BK_i) \times K_{\text{НЗ}}, \quad (1)$$

де $P_{\text{НЗ}}$ – загальна кількість балів, набраних здобувачем за виконання завдань під час навчальних занять за семестр;

P_i – кількість набраних здобувачем балів за семестр за виконання i -го виду робіт під час навчальних занять (за 100-бальною шкалою);

Житомирська політехніка	МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА» Система управління якістю відповідає ДСТУ ISO 9001:2015			Ф-31.07- 05.01/035.00.1/ВК Х-01-2024
	Випуск _____	Зміни 0	Екземпляр № 1	Арк 16 / 15

BK_i – ваговий коефіцієнт за виконання i -го виду робіт під час навчальних занять. Значення вагових коефіцієнтів розраховуються шляхом ділення кількості балів, яка передбачена за виконання окремого виду робіт під час навчальних занять, на сумарну кількість балів за виконання усіх видів робіт під час навчальних занять за семестр;

K_{H3} – коригувальний коефіцієнт, який визначається шляхом ділення кількості балів, що передбачена за виконання завдань під час навчальних занять за семестр, на 100 балів.

Якщо здобувач вищої освіти набрав за поточний контроль 60 балів або більше, він може погодити дану оцінку в електронному кабінеті і вона стане семестровою оцінкою за вивчення навчальної дисципліни.

Якщо здобувач вищої освіти під час вивчення навчальної дисципліни набрав 60 балів або більше і бажає покращити свій результат успішності, він проходить процедуру підсумкового контролю у формі заліку. За складання заліку здобувач вищої освіти може набрати 100 балів. Семестрова оцінка з навчальної дисципліни формується за результатами підсумкового контролю.

Здобувач вищої освіти допускається до процедури підсумкового контролю у формі заліку, якщо за виконання завдань поточного контролю набрав 50 балів або більше.

Якщо здобувач вищої освіти за результатами поточного контролю набрав 35-49 балів, він отримує право за власною заявою опанувати окремі теми (змістові модулі) навчальної дисципліни понад обсяги, встановлені навчальним планом освітньої програми. Вивчення окремих складових навчальної дисципліни понад обсяги, встановлені навчальним планом освітньої програми, здійснюється у вільний від занять здобувача вищої освіти час.

Якщо здобувач вищої освіти за результатами поточного контролю набрав від 0 до 34 балів (включно), він вважається таким, що не виконав вимоги робочої програми навчальної дисципліни та має академічну заборгованість. Здобувач вищої освіти отримує право за власною заявою опанувати навчальну дисципліну у наступному семестрі понад обсяги, встановлені навчальним планом освітньої програми.

Процедура надання додаткових освітніх послуг здобувачу вищої освіти з метою вивчення навчального матеріалу дисципліни понад обсяги, встановлені навчальним планом освітньої програми, визначена у Положенні про надання додаткових освітніх послуг здобувачам вищої освіти в Державному університеті «Житомирська політехніка».

Визнання результатів навчання, набутих у неформальній та/або інформальній освіті

Визнання результатів навчання, набутих у неформальній та/або інформальній освіті в рамках окремих тем навчальної дисципліни, здійснюється викладачем за

Житомирська політехніка	МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА» Система управління якістю відповідає ДСТУ ISO 9001:2015			Ф-31.07- 05.01/035.00.1/ВК Х-01-2024
	Випуск _____	Зміни 0	Екземпляр № 1	Арк 16 / 16

зверненням здобувача вищої освіти та представленням документів, які підтверджують результати навчання (сертифікати, свідоцтва, скріншоти тощо). Рішення про визнання та оцінка за відповідну частину освітнього компонента приймається викладачем за результатами співбесіди зі здобувачем вищої освіти.

Визнання результатів навчання, набутих у неформальній та/або інформальній освіті в рамках цілого освітнього компонента, здійснюється за процедурою, яка визначена у Положенні про організацію освітнього процесу у Державному університеті «Житомирська політехніка».

Шкала оцінювання

Шкала ЄКТС	Національна шкала	100-бальна шкала
A	Зараховано	90-100
B	Зараховано	82-89
C		74-81
D	Зараховано	64-73
E		60-63
FX	Не зараховано	35-59
F	Не зараховано	0-34

11. Глосарій

№ з/п	Термін державною мовою	Відповідник англійською мовою
1	Управління продуктом	Product Management
2	Дослідження ринку	Market Research
3	Продуктова стратегія	Product Strategy
4	Планування продукту	Product Planning
5	Розробка продукту	Product Development
6	Запуск продукту	Product Launch
7	Продакт-менеджер	Product Manager
8	Життєвий цикл продукту	Product Life Cycle
9	Оцінка можливостей продукту	Product Opportunity Assessment
10	Бізнес-модель	Business Model
11	Дослідження продукту	Product Discovery
12	Дорожня карта продукту	Product Roadmap
13	Документ бачення продукту	Product Vision Document
14	Беклог продукту	Product Backlog
15	Організаційна структура	Organization Structure
16	Управління продуктовим портфелем	Product Portfolio Management
17	Маркетинг продукту	Product Marketing
18	Стратегія виведення на ринок	Go-to-market (GTM) strategy

Житомирська політехніка	МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА» Система управління якістю відповідає ДСТУ ISO 9001:2015			Ф-31.07- 05.01/035.00.1/ВК Х-01-2024
	Випуск _____	Зміни 0	Екземпляр № 1	Арк 16 / 17

№ з/п	Термін державною мовою	Відповідник англійською мовою
19	Комплексні пропозиції	Whole Offers
20	Партнерські екосистеми	Partner Ecosystems

12. Рекомендована література

Основна література

1. The Ultimate Product Management Framework. Complete Guide to building the right product. Infinity, 2024. URL: <https://startinfinity.com/product-management-ebook>.
2. Product Management. Atlassian : website. URL: <https://www.atlassian.com/agile/product-management>.
3. Constable A. The Importance of Using Business Model Design. Thinkers360. URL: <https://www.thinkers360.com/tl/blog/members/the-importance-of-using-business-model-design>.
4. Aha! Labs Inc. : website. URL: <https://www.aha.io/company/about>.
5. Silicon Valley Product Group : website. URL : <https://www.svpq.com>.

Допоміжна література

1. Kotler Ph., Kartajaya, H., and Setiawan, I. Marketing 6.0: The Future Is Immersive. John Wiley & Sons, Inc., Hoboken, New Jersey, 2023, 256 p.
2. Самойленко, В., Прохоровська, С., & Дмитрієнко, О. (2023). IT-PRODUCT MANAGER: АНАЛІЗ РИНКУ ПРАЦІ НА ТЛІ ЕКОНОМІЧНИХ ЗМІН. Економіка та суспільство. 2023. № 53. URL: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-53-81>.
3. Layton M. C., Ostermiller S. J., Kynaston d. J. Agile Project Management For Dummies. 3rd ed. New Jersey : John Wiley & Sons, Inc., 2020. 499 p. URL : <http://surl.li/rqawqx>

13. Інформаційні ресурси в Інтернеті

1. Harvard Business Review. <https://hbr.org/>
2. McKinsey&Company. <https://www.mckinsey.com/>
3. HubSpot, Inc. <https://www.mckinsey.com/>
4. Продакт-менеджер. Як стати професійним продакт-менеджером. Дія. Освіта. URL: <https://osvita.diia.gov.ua/courses/product-manager>.
5. Продуктовий менеджмент. Дослідження. Asta Academy. URL: <https://cases.media/learning/course/product-management-research/about>.
- 6.