

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
Національний авіаційний університет



ФАХОВА ОЗНАЙОМЛЮВАЛЬНА ПРАКТИКА

МЕТОДИЧНІ РЕКОМЕНДАЦІЇ
до виконання практики
для здобувачів вищої освіти
ОС «Бакалавр» спеціальності 022
«ДИЗАЙН» ОПП «ІТ-ДИЗАЙН»

VIVERE!
VINCERE!
CREARE!

Київ 2023

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
Національний авіаційний університет

**ФАХОВА
ОЗНАЙОМЛЮВАЛЬНА
ПРАКТИКА**

**МЕТОДИЧНІ РЕКОМЕНДАЦІЇ
до виконання практики
для здобувачів вищої освіти ОС «Бакалавр»
спеціальності 022 «ДИЗАЙН»
ОПП «ІТ-ДИЗАЙН»**



Київ 2023

Укладач *В. В. Садова* – ст. викл.

Рецензент *Ю. Р. Холковський* – канд. тех. наук, доц.
(Національний авіаційний університет)

*Затверджено Науково-методично-редакційною радою
Національного авіаційного університету
(протокол № 4/23 від 13.04.2023).*

Фахова ознайомлювальна практика: методичні рекомендації
до виконання практики / уклад. В. В. Садова. – К. : НАУ, 2023. – 32 с.

Викладено основні вимоги та рекомендації щодо змісту та виконання фахової ознайомлювальної практики, підготовки і захисту звіту про практику. Містять практичні та домашні завдання, питання для самоперевірки.

Для здобувачів вищої освіти ОС «Бакалавр» спеціальності 022 «Дизайн» освітньо-професійної програми «ІТ-Дизайн».

ВСТУП

Практика здобувачів вищої освіти є невід’ємною складовою процесу підготовки фахівців усіх рівнів у вищих навчальних закладах. Особливістю освітньо-професійної програми «ІТ-Дизайн» є підготовка фахівців у галузі проєктування та розробки ІТ-продуктів у дизайні та мистецтві, що вимагає спеціальної практики, першою з яких є фахово-ознайомлювальна практика у 2 семестрі.

Для фахової ознайомлювальної практики встановлюється відповідна база практики: лабораторії вищих навчальних закладів, дизайнерські студії, ІТ-компанії, інтерактивні освітні платформи (LMS-платформи), які здатні створити умови для виконання програми практики.

Формат практики: курс-стажування із записаними наперед лекціями та інтерактивами на LMS-платформі, який веде викладач у поєднанні із офлайн-заняттями.

Об’єкт практики – створення та розвиток ІТ-продуктів.

Фахова ознайомлювальна практика для студентів освітньо-професійної програми «ІТ-Дизайн» спрямована на розвиток ІТ-підприємництва і сфери продуктового ІТ в Україні. Під час навчання студенти отримують базові знання з продуктового ІТ, підприємництва і продакт-менеджменту, а також необхідні компетентності для роботи у продуктовій ІТ-компанії або запуску власного продуктового ІТ-бізнесу.

Зміст практики інтегрує матеріали, розроблені при підтримці Міністерства освіти і науки України, Міністерства цифрової трансформації України, ІТ-компанії «Genesis», ГО «Освітня фундація продуктового ІТ».

Практика розрахована на ознайомлення з базовими компетенціями різних спеціалістів сфери ІТ, продакт-менеджера, як комплексного спеціаліста:

- організація циклу розвитку продукту;
- організація процесів у продуктовій команді;
- основи продуктового дизайну;
- основи роботи з інструментами аналізу ринку та цільової аудиторії;
- основи маркетингу в продуктовому ІТ;
- основи продуктової аналітики;

– основи роботи з інструментами та практиками прийняття рішень у продуктивних командах.

У результаті проходження практики студент має знати:

– які етапи створення та розвитку ІТ-продуктів існують, а також критерії, за якими визначається їхня успішність;

– з яких фахівців можуть складатися продуктивні команди ІТ-стартапів, їхні ролі в команді;

– хто такий продакт-менеджер, його основні функції під час розробки продукту, аспекти взаємодії та менеджменту в продуктивних 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 повинен уміти:

– визначати успішність ІТ-продуктів за допомогою спеціальних метрик;

– формувати продуктивну 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 у розробці продукту;

– мислити продуктивними та підприємницькими категоріями;

– виконувати базові компетенції на рівні trainee продакт-менеджера.

Перелік соціальних, «м'яких» навичок (soft skills):

– аналітичні навички;

– формування власної думки;

– здатність логічно обґрунтовувати свою позицію;

– здатність до комплексного розв'язання проблеми;

– здатність оцінювати ризики та приймати рішення;

– управлінські якості;

– навички роботи в команді;

– креативне та дизайн-мислення;

– критичне мислення;

– тайм-менеджмент.

Заняття в безпосередньому контакті з викладачем у ході курсу вирішують такі завдання:

– координацію студента;

– закріплення знань і умінь, переведення їх на рівень компетентностей;

– формування релевантних soft skills («м'яких» навичок) у студента. Всі офлайн-заняття є інтерактивними, і включають:

– вправи й тренінгові елементи для розвитку навичок;

– командні завдання для студентів;

– питання для залучення аудиторії;

– можливість студентів обговорити матеріали й поставити запитання;

– інформаційні блоки від викладача.

Студенти під час практики розвивають свої загальні компетентності, зокрема, здатність спілкуватися іноземною мовою, через насиченість сфери англійською термінологією. Здатність реалізувати свої права і обов'язки як члена суспільства, усвідомлювати цінності громадянського (вільного демократичного) суспільства та необхідність його сталого розвитку, верховенства права, прав і свобод людини і громадянина в Україні через знайомство з розробками державних застосунків, які допомагають взаємодіяти з державою, створення веб-сайтів, додатків та інших інтерактивних ресурсів, які допомагають громадянам отримувати доступну та зрозумілу інформацію про права та обов'язки, законодавство, процедури та рішення, що стосуються їхнього життя та діяльності.

Фахові компетентності набуваються студентами на практиці, зокрема: здатність застосовувати знання прикладних наук у професійній діяльності, історії українського і зарубіжного мистецтва та дизайну в художньо-проектній діяльності під час виконання практичних завдань.

Результати навчання передбачають, крім перерахованих вище, здатність студентів аналізувати та враховувати сучасні знання про матеріали й техніки виготовлення (розробки) дизайн продукту (сфери ІТ), включаючи життєвий цикл ІТ-продукту.

ЗАГАЛЬНІ ВИМОГИ ДО ЗВІТУ ПРО ПРОХОДЖЕННЯ ПРАКТИКИ

Звіт про проходження фахової ознайомлювальної практики містить у собі аналіз практики, відомості про виконання студентом усіх розділів її програми та індивідуального фінального завдання, висновки і пропозиції, зауваження та побажання студента щодо підсумків практики, список використаних джерел. До звіту додаються відповідні виконані практичні завдання, презентаційні матеріали, виконані студентом особисто, таблиці, схеми тощо, а також матеріали, зібрані у процесі проходження практики.

Звіт про проходження фахової ознайомлювальної практики складається в письмовій формі за результатами її проходження. Загальний обсяг звіту становить близько 30 стандартних сторінок формату А4, шрифтом Times New Roman розміром 14 п, інтервалом 1,5.

Зразки оформлення документів для проходження практики наведені в додатках.

За своєю структурою звіт про практику має містити наступні елементи: титульний аркуш, підставу для проходження практики, календарний план-графік практики (щоденник), основні розділи звіту, висновки та пропозиції, відгук керівника практики.

Орієнтовний календарний план-графік практики

Термін проходження практики	Об'єкт практики та види робіт
Перший день	<p>Інструктаж з техніки безпеки під час проходження фахово-ознайомлювальної практики</p> <p>Заняття 1. Запуск практики</p> <ul style="list-style-type: none"> – чому цей курс важливий; – як буде проходити практика; – структура курсу; – можливості курсу для студента; – як буде оцінюватись курс. <p>1. Можливості сфери ІТ-продукту:</p> <ul style="list-style-type: none"> – про сферу продуктового ІТ у цифрах; – історії створення ІТ-продуктів; – гра «Продукт: Потреба – Цільова аудиторія – Рішення». <p>2. Початок великого шляху:</p> <ul style="list-style-type: none"> – анонс кінцевого завдання курсу; – розподіл команд (пари або трійки).

Термін проходження практики	Об'єкт практики та види робіт
Другий день	<p>1. Отримання даних для реєстрації на платформі.</p> <p>2. Доєднання до курсу на платформі.</p> <p>Проходження модулів 1 і 2 в симуляторі.</p> <p>Всі студенти розподіляються на команди для виконання домашнього завдання (ДЗ).</p> <p>Практичне завдання 1</p> <p>Опис продукту, аналіз успішності продукту.</p>
Третій день	<p>Заняття 2. Командна робота і концепція продукту</p> <ul style="list-style-type: none"> – питання з проходження курсу; – презентація ДЗ (у спілкуванні з викладачем). <p>1. Опис фінального завдання курсу:</p> <ul style="list-style-type: none"> – презентація моделі «Lean Canvas»; – розбір «Lean Canvas» моделі продукту «ShortRead»; – знайомство зі сферами ІТ-продуктів; – вибір «сфери» майбутнього продукту. <p>2. Командна робота:</p> <ul style="list-style-type: none"> – ролі в команді (приклади організації роботи над концепцією продукту); – чек-лист ефективної роботи в команді; – питання та правила для роботи в команді; – вправи на роботу в команді;
Четвертий день	<ul style="list-style-type: none"> – вибір «сфери» майбутнього продукту; – поділ на команди; – всі студенти розуміють як використовується модель «Lean Canvas», основні терміни моделі. <p>Практичне завдання 2</p> <p>Описати разом у команді за моделлю «Lean Canva» будь-який продукт з обраної «сфери» продукту. Всі студенти отримують оцінку за виконане/не виконане ДЗ.</p> <p>Проходження модулів 3–6 у симуляторі.</p>
П'ятий день	<p>Заняття 3. Як шукати ідею продукту та рішення?</p> <p>1. Креативність, пошук нестандартних рішень та пошук ідей:</p> <ul style="list-style-type: none"> – методи брейнстормінгу; – методи пошуку ідей для продуктів; – методи дослідження вивчення цільової аудиторії.

Термін проходження практики	Об'єкт практики та види робіт
	2. Гра-брейнстормінг: «Продукт для студентів» (у спілкуванні з викладачем). Чек-лист. Обговорення ДЗ – атестаційного завдання курсу.
Шостий день	Всі команди презентують свої моделі. Проводиться peer-to-peer оцінювання. Всі студенти розуміють техніки командного брейнстормінгу і принципи роботи з ідеями в команді. Проходження модулів 7–8 у симуляторі.
Сьомий день	Заняття 4. Поведінка споживачів Лекційна частина – знайомство студентів із законами та принципами UX-дизайну. Конкретні приклади для дослідження використання принципів UX-дизайну в IT-продуктах – кейс-стаді. Дослідження впливу принципів UX-дизайну на поведінку споживачів. Домашнє завдання 1 Проаналізувати будь-який цікавий для студента додаток або сайт на предмет наявності в ньому законів та принципів з UX-дизайну.
Восьмий день	Заняття 5. Пітч-деки стартапів та інвестиції Знайомство студентів із поняттям інвестицій та обґрунтування їхньої важливості для стартапів. Розбір пітч-деків – що це, які бувають формати та види, загальна структура. Приклади пітч-деків – кейс-стаді. Домашнє завдання 2 Вигадати власний стартап, який студент буде пітчити (може бути такий же продукт, як і для атестаційного заняття). Підготувати презентацію свого пітч-деку за наведеною структурою. Бути готовим презентувати ідею продукту у форматі Idea та Elevator Pitch на занятті. Вибрати, де саме та кого з інвесторів студент планує залучити (платформи, бізнес-партнери, краудфандинг тощо). Проходження модулів 9–10 у симуляторі.

Термін проходження практики	Об'єкт практики та види робіт
Дев'ятий день	Заняття 6. IT-професії та створення власного CV Знайомство студентів з основними професіями в IT. Розбір навичок, необхідних для початку свого кар'єрного шляху. Розбір створення власного CV (Curriculum Vitae). Домашнє завдання 3 – знайти на платформі LinkedIn спеціалістів зі сфери IT за одним із напрямів, розглянутих на занятті; – скласти й написати спеціалістам інтро-повідомлення; – поділитися результатами зі своїми колегами на занятті.
Десятий день	Практичне заняття: 1. Наявність презентації з відповіддю на домашнє завдання із заняття 5: – студенти спробують себе у презентації свого продукту (розгорнутій або 2-хвилинній); – виставлення балів за підготовку та презентацію. 2. Підтвердження виконання домашнього завдання з заняття 6: – студент зрозумів, як шукати спеціалістів на платформі LinkedIn (його пошукова функція), надано підтвердження, що студент надіслав повідомлення знайденим спеціалістам. Проходження модуля 11 у симуляторі.
Одинадцятий день	Атестаційне, заключне заняття Презентація атестаційних робіт: – кожна команда презентує власні концепції за алгоритмом запуску та розвитку продукту (модуль 11); – виставлення балів за атестаційну роботу.
Дванадцятий–чотирнадцятий дні	Захист звітів із практики Курс симулятор пройдено всіма учасниками (виставлений бал за онлайн складову курсу). Пред'явлення сертифіката про проходження курсу в симуляторі.

Керівник практики від університету підписує календарний план-графік практики.

ІНТЕРАКТИВНЕ НАВЧАННЯ НА ПЛАТФОРМІ

Інтерактивне навчання на платформі складається з одинадцяти навчальних модулів (16 міні-лекцій до 20 хв кожна, 13 тестів). Навчання передбачає: інтерактивні заняття, лекції від практиків, лекції у форматі діалогів із лідерами галузі, скрінкасти, інфографіки, кейси та досвід сучасних українських компаній, можливість завантажувати конспекти та словник термінів, завдання в LMS та тестування.

У процесі інтерактивного навчання здобувач має проходити тести для контролю засвоєння матеріалу. Частина тестів передбачає можливість давати повторну відповідь, інша частина лише одну спробу, під час якої студент набирає певну кількість балів. Бали за виконання всіх завдань сумуються.

Тематика модулів для інтерактивного навчання на платформі

Модуль 1

Тема 1.1. Вступ до ІТ-продуктів

- чому цей курс важливий;
- структура курсу;
- що нам варто знати про сферу ІТ-продуктів.

Тема 1.2. Успіх ІТ-продуктів

- value;
- бізнес-модель та монетизація;
- retention;
- базові метрики;
- product market fit;
- цикл розвитку продукту.

Модуль 2

Тема 2.1. Команда ІТ-продукту та pop-tech професії у продуктовому ІТ

- з яких спеціалістів складається продуктова команда;
- основні патерни та динаміка взаємодії між різними членами команди.

Тема 2.2. Професія продакт-менеджера

- хто такий продакт-менеджер, якими компетенціями володіє;
- як продакт-менеджер ставить цілі команді та їх вимірює;
- розробка product strategy.

Модуль 3

Тема 3.1. Пошук та валідація ідеї

- потреби та болі цільової аудиторії (ЦА);
- дослідження ЦА (кількісні та якісні);
- desk-дослідження;
- що таке MVP (поняття, етапи, критерії тестування ідеї, критерії успішності).

Модуль 4

Тема 4.1. Прийняття рішень у продуктових командах

- пріоритезація;
- RICE, value-effort;
- дизайн-мислення;
- мистецтво сказати «так» або «ні».

Модуль 5

Тема 5.1. Продуктова аналітика

- що таке метрики та як їх вимірювати;
- гіпотези (як формувати та перевіряти);
- A/B-тестування;
- SQL, бази даних.

Модуль 6

Тема 6.1. Performance маркетинг та залучення користувачів

- які є напрямки в маркетингу у продуктовій команді;
- що таке performance marketing;
- основні маркетингові поняття.

Тема 6.2. Інструменти аналізу ринку та цільова аудиторія продукту. Метрики

- як маркетологу працювати з метриками;
- інструменти аналізу ринку та цільової аудиторії (similarweb, sensortower, quora).

Модуль 7

Тема 7.1. 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.

Модуль 8

Тема 8.1. Поведінка користувача

- поведінка користувачів продукту;
- наджинг (nudging).

Тема 8.2. Прийоми роботи з патернами поведінки

- способи схиляння користувачів;
- behavioral tricks.

Модуль 9

Тема 9.1. Тех-частина розробки ІТ-продукту

- які є «тех» спеціальності в продуктовому ІТ;
- як тех-частина впливає на процес розробки продукту.

Тема 9.2. Тех-спеціалісти продуктової команди

- які є «тех» спеціалісти в продуктової команді;
- із чим щодня працюють тестувальники та розробники;
- основні мови програмування.

Модуль 10

Тема 10.1. Управління командами та лідерство

- основи менеджменту команд;
- компетенції менеджера;
- мотивація команд та інструменти управління.

Модуль 11

Тема 11.1. Висновки

- алгоритм запуску продукту;
- аналізуємо успішність нашого ІТ-продукту.

Фінальне тестування.

ЗАНЯТТЯ В БЕЗПОСЕРЕДНЬОМУ КОНТАКТІ З КЕРІВНИКОМ ПРАКТИКИ

Заняття в безпосередньому контакті з викладачем дозволяють: здійснювати координацію роботи студента; закріплювати знання і уміння, переводити їх на рівень компетентностей; формувати релевантні soft skills у студента. Програмою практики передбачено сім занять у безпосередньому контакті з викладачем.

Тематика занять із викладачем:

Заняття 1. Вступне.

Заняття 2. Командна робота і концепція продукту.

Заняття 3. Як шукати ідею продукту та рішення?

Заняття 4. Поведінка споживачів.

Заняття 5. Пітч-деки стартапів та інвестиції.

Заняття 6. ІТ-професії та створення власного CV.

Заняття 7. Атестаційне, заключне заняття.

ПРАКТИЧНІ ТА ДОМАШНІ ЗАВДАННЯ

Під час проходження практики студенти виконують ряд завдань: три практичних завдання безпосередньо після видачі завдання та три домашніх завдання, результати яких демонструються на наступний день.

Практичне завдання 1

Проаналізувати в парах будь-який продукт, яким ви користуєтесь, за поданими критеріями. Обґрунтувати, чому продукт є успішним. Підготувати і представити слайд за шаблоном наведеним у презентації.

Критерії аналізу продукту:

1. Value (Яка цінність продукту для користувача?);
2. Цільові аудиторії (Для кого створений продукт? Хто продуктом користується?);
3. Потреби (Які потреби та болі цільової аудиторії «закриває» продукт?);
4. Бізнес-модель (Внаслідок чого продукт монетизується? Як заробляє гроші?);

5. Конкуренти (Які компанії та продукти є прямими та непрямими конкурентами аналізованого продукту?);

6. Кількість користувачів (Скільки користувачів користується продуктом?).

Оцінювання:

Максимальна кількість балів за цю роботу – 5.

Оцінка спільна для обох студентів пари.

Практичне завдання 2

Описати у команді за моделлю Lean Canvas будь-який продукт із вибраної ніші. Інструмент можна використовувати будь-який – PowerPoint, Excel, Word, Google Slides, Google Sheets, Google Doc, Figma, Miro (або будь-які інші інтерактивні дошки) тощо.

Чек-лист командної зустрічі: як організувати роботу в команді над концепцією продукту наведено у дод. 5.

Приклад шаблону **Lean Canvas** та порядок його заповнення: <https://drive.google.com/file/d/13ZgrwLXoL8z6qULCyS1ZUKjPOAwNqRPu/view?usp=sharing>

Можливий шаблон **Lean Canvas** для командної роботи студентів: https://miro.com/app/board/uXjVOjVNAYI=

Оцінювання:

Кількість балів за цю роботу – 10.

Оцінка спільна для команди.

Практичне завдання 3

Проведення брейнстормінгу і SWOT-аналіз ідеї продукту.

Чек-лист брейнстормінгу для пошуку ідеї продукту для фінальної атестації наведено у дод. 6.

Оцінювання:

Кількість балів за цю роботу – 5.

Оцінка спільна для команди.

Домашнє завдання 1

Проаналізувати будь-який цікавий для студента додаток або сайт на предмет наявності в ньому законів та принципів з UX-дизайну. Серед можливих запитань для аналізу:

– які із законів та принципів UX-дизайну наявні в додатку;

– де саме, на якому етапі взаємодії з продуктом використовується (ілюструвати прикладами, скріншотами з додатка / сайту);

– яку конкретну функцію виконують наведені закони та принципи UX-дизайну;

– як вони впливають на поведінку користувача;

– що можна додати / змінити / прибрати в UX-дизайні продукту;

– які приклади з конкурентних продуктів можна навести (якщо є).

Завдання виконується індивідуально кожним студентом.

Вимоги до презентації завдання студентами

1. Презентація до 15 слайдів.

2. Тільки формат *.pdf.

3. Презентація має бути структурована і містити відповіді на запропоновані в завданні питання.

Оцінювання

Кількість балів за цю роботу – 10.

Домашнє завдання 2

Вигадати власний стартап, може бути такий же продукт, як і для атестаційного заняття. Провести пітчдеки власних стартапів для залучення інвестицій на проєкт.

Підготувати презентацію свого пітч-деку за наведеною структурою:

Вступ. Коротка інформація про автора проєкту і саму ідею.

Проблема. Ця інформація демонструє необхідність продукту чи послуги студента для користувачів.

Рішення. Спосіб, у який бізнес студента буде розв'язувати проблему.

Розмір ринку. Розрахунки розміру ринку, інформація про стан трьох типів ринків: загальний, наявний, доступний.

Продукт. Опис та візуальні зображення продукту (можна взяти близьку до реальності візуалізацію).

Аналіз конкурентів. Наведено аналіз конкурентів та короткий опис, чим продукт відрізняється від того, що є на ринку.

Фінанси. Інформація про бізнес-модель та стратегію зростання бізнесу.

Стратегія маркетингу та продажів. Як продукт буде рекламуватися та продаватися на ринку, які канали збуту?

Команда. Експертиза та здатність управлінської команди продавати продукт.

Контакти.

Вимоги до оформлення робіт студентів

1. Презентація до 15 слайдів.
2. Тільки формат *.pdf
3. Містить всі необхідні слайди, відповідно до структури пітч-деків (подано нижче).
4. Час на виступ – до 3 хв.
5. Ідеї стартапів можуть стосуватися будь-яких сфер:
 - електронна комерція;
 - edtech;
 - fintech;
 - медіа;
 - мобільні додатки;
 - подорожі;
 - медицина;
 - тощо.

Оцінювання

Кількість балів за цю роботу – 10.

Умови для отримання додаткових балів:

1) викладач може провести опитування серед студентів, які беруть участь в пітч-деці у якості «інвесторів». Якщо більшість з них після пітч-деку проголосують за те, щоб надати інвестиції стартапу, то його автор отримує додатковий *1 бал*;

2) студент може спробувати представити свою презентацію пітч-деку у форматі Elevator Pitch (усна презентація до 1 хв). Якщо пітч-дек буде успішним, а «інвестори» проголосують за те, щоб надати інвестиції на проект, студент може отримати додаткові *2 бали*. Elevator Pitch не виключає потребу в підготовці до проведення повноцінного пітч-деку стартапу;

3) додатковий *1 бал* можуть отримати й «інвестори», якщо візьмуть активну участь у презентаціях колег і будуть ставити влучні та цікаві запитання «власникам стартапів» після їхніх пітч-деків;

4) студент також отримує додатковий *1 бал*, якщо для організації команди свого стартапу провів пошуки у LinkedIn та знайшов спеціалістів, яких би реально хотів залучити на свій проект.

Домашнє завдання 3

Знайти на платформі LinkedIn спеціалістів зі сфери ІТ за одним із напрямів, розглянутих на занятті. Скласти і написати спеціалістам інтро-повідомлення. Поділитися результатами зі своїми колегами на наступному занятті.

Що можна дізнатися у спеціалістів?

1. Їхній кар'єрний шлях в ІТ-сфері.
2. Рекомендації щодо перших проєктів, стажувань та роботи в продуктовому ІТ.
3. Які soft- та hard skills потрібні спеціалістам-початківцям у їхній професії.

Оцінювання:

Кількість балів за цю роботу – 10.

Завдання виконується індивідуально кожным студентом.

Вимоги до презентації завдання студентами:

1. Презентація до 15 слайдів.
2. Тільки формат *.pdf
3. Час на виступ – до 3 хв.
4. Презентація має бути структурована і містити відповіді на всі питання, які є у завданні.

Фінальна атестаційна робота

Представлення командою концепції продукту (за моделлю Lean Canvas) і алгоритму запуску ІТ-продукту (за моделлю запропонованою Genesis). А саме:

1. **Пошук ідеї продукту.** Проблема, яку вирішує продукт;
2. **Пошук розв'язання проблеми.** Як продукт буде розв'язувати цю проблему?
3. **Базове дослідження ринку**
 - Хто буде цільовою аудиторією?
 - Скільки тих, хто потребує такого продукту?
 - Хто буде користувачами? Як зараз вони розв'язують проблему?
 - Чи є конкуренти?
 - Чи є затребувані аналоги продукту?
 - Цінність продукту, що продукт дає нового, чого немає в інших?
4. **Перевірка ідеї.** Як перевірити, що продукт буде цікавим для аудиторії? Чи є ті, хто вже зараз готовий користуватись продуктом?

5. **Монетизація та бізнес-модель.** Як продукт буде приносити гроші? За що будуть платити користувачі?

6. **Цілі продукту.** Як вимірювати успіх продукту? Як досягати визначеного успіху?

7. **План і розробка продукту.** Які спеціалісти знадобляться для розробки продукту? Яким буде MVP?

8. **Реліз продукту.** Як просувати продукт? Як про нього дізнаються потенційні користувачі? За яких умов вони зможуть вперше ним скористатись?

9. **Фідбек.** Як організувати відгуки та безперервне покращення продукту? Яким чином збирати й працювати з відгуками?

Оформлення презентації атестаційної роботи:

– дозволено використання будь-якого інструменту для підготовки презентації;

– структурованість, зрозумілість викладу інформації. Перевіреність інформації;

– наявність списку використаних джерел;

– наявність таблиць, додаткових файлів, діаграм, графіків для підтвердження аргументів;

– не більше 20 слайдів в одній презентації.

Оцінювання

Кількість балів за цю роботу – 20.

Додаткові бали можна отримати за:

– розроблений макет продукту;

– розроблені креативи для просування продукту;

– розроблений робочий чи напівробочий MVP продукту.

Питання для самоперевірки

1. Сформулювати поняття «продуктова компанія».
2. Назвати різницю між «продуктом» та «аутсорсом».
3. Перелічити основні продуктові компанії України та світу.
4. Пояснити етапи життєвого циклу продукту.
5. Перелічити бізнес-моделі та способи їхньої монетизації.
6. Назвати поняття відповідності продукту ринку.
7. Перелічити метрики для оцінки успішності продукту.
8. Перелічити членів продуктової команди на різних етапах розвитку продукту (стартап, компанія, корпорація).

9. Перелічити спеціалістів у продуктових ІТ-компаніях.

10. Перелічити метрики, за допомогою яких оцінюється динаміка взаємодії між членами команди.

11. Дати визначення поняттю «продакт-менеджер».

12. Перелічити компетенції продакт-менеджера.

13. Дати визначення поняттю «продуктова стратегія».

14. Пояснити, як продакт-менеджер ставить цілі команді.

15. Перелічити метрики вимірювання виконання цілей.

16. Які існують дослідження ЦА?

17. Що таке desk-дослідження?

18. Для чого розробляють MVP?

19. Які методи дослідження цільової аудиторії ви знаєте?

20. Які ви знаєте інструменти для аналізу ринку?

21. Які приклади метрик, що застосовують у продуктовому ІТ для вимірювання успішності продукту ви знаєте?

22. Які ви знаєте підходи до пріоритизації завдань у рамках роботи продуктових команд?

23. Для чого продуктові команди обирають North Star метрику?

24. Які основні маркетингові метрики ви знаєте?

25. Які тех-спеціалісти працюють над розробкою продукту?

26. Хто такі гейм-дизайнери?

27. Які дизайнери працюють у продуктових командах?


28. Які вам відомі принципи найму працівників до команди продукту?

29. Який крок буде першим в алгоритмі створення власного цифрового продукту?

ДОДАТКИ

Додаток 1

Зразок титульного аркуша звіту про проходження практики

	Система менеджменту якості. Звіт Фахової ознайомлювальної практики	Шифр документа	СМЯ НАУ ЗП 22.01.05-01-2022
	Стор. 1 із __		

НАЦІОНАЛЬНИЙ АВІАЦІЙНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
Факультет наземних споруд і аеродромів
Кафедра комп'ютерних технологій дизайну і графіки

ЗВІТ
з фахової ознайомлювальної практики
студента/ки I курсу __ групи
спеціальності 022 «Дизайн»
освітньо-професійної програми ІТ-Дизайн

Прізвище, ім'я, по батькові

База практики: НАУ ККТДіГ, освітня платформа
Керівники практики:
від університету: посада, прізвище, ім'я, по батькові
від бази практики: посада, прізвище, ім'я, по батькові

Київ 202_

Додаток 2

Зразок аркуша «Підстава для проходження практики»

Підстава для проходження практики:

навчальний план № НБ-3-022-1/21 підготовки фахівців освітнього ступеня «Бакалавр» спеціальності 022 «Дизайн» освітньо-професійної програми «ІТ-Дизайн», затверджений від «__»__ 202_ р., наказ ректора від «__»__ 202_ р. №

Термін практики: р. р.
Індивідуальні завдання:

ВІДМІТКА
про проходження практики

Прибув на практику
«__»__ 202_ р. підпис

Захистив звіт із практики
«__»__ 202_ р. підпис

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН-ГРАФІК ПРАКТИКИ

№ з/п	Об'єкт практики та види робіт	Термін проходження практики	
		початок	закінчення
1	Інструктаж з техніки безпеки.	.06.202	.06.202
2			
3			
4			
5			
6			
7			
8			
9			
10			
11			
12			

Керівник практики

від університету _____ / (_____)

Склад пояснювальної записки

Титульний аркуш

Підстава для проходження практики

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН-ГРАФІК ПРАКТИКИ

Основні розділи звіту:

1. ХАРАКТЕРИСТИКА БАЗИ ПРАКТИКИ

2. ЗМІСТ ТА РЕЗУЛЬТАТИ ВИКОНАННЯ РОБІТ

2.1. Роботи за план-графіком практики:

– опис продукту, аналіз успішності продукту;

– чек-лист командної зустрічі: як організувати роботу в команді

над концепцією продукту?

– чек-лист брейнстормінгу для пошуку ідеї продукту для фінальної атестації;

– опис разом у команді за моделлю Lean Canvas будь-якого продукту з обраною «сфери» продукту;

– аналіз додатку або сайту на предмет наявності в ньому законів та принципів з UX-дизайну.

– презентація пітч-деку за наведеною структурою свого

стартапу (може бути такий же продукт, як і для атестаційного заняття);

– скріншот інтро-повідомлення спеціалістам зі сфери ІТ за одним із напрямів, яких знайшли на платформі LinkedIn;

2.2. Індивідуальні завдання:

– презентація фінальної атестаційної роботи;

– сертифікат проходження курсу

3. ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ

Відгук керівника практики

Чек-лист командної зустрічі: як організувати роботу в команді над концепцією продукту?

Крок	Запитання	Результат
1	Дата та час проведення зустрічі. <i>Вкажіть дату та час фактичного проведення зустрічі</i>	<i>Заповнювати перед початком зустрічі</i>
2	Модерував/ла проведення зустрічі. <i>Вкажіть модератора зустрічі ПІБ студента/ки</i>	<i>Заповнювати перед початком зустрічі</i>
3	Склад команди <i>Вкажіть повний склад команди</i>	<i>Заповнювати перед початком зустрічі</i>
4	Були присутні на зустрічі? <i>Вкажіть, хто із учасників команди був присутнім на зустрічі</i>	<i>Модератор заповнює на початку зустрічі</i>
5	На початку зустрічі студент-модератор запитує кожного учасника: Розкажіть, чому саме ця сфера є для вас цікавою? Чому вибрали саме цю сферу? Це дозволить зрозуміти те, що ви вже знаєте про сферу, і підкреслить спільне між вами для створення контакту <i>Фіксуємо коротко відповіді членів команди</i>	<i>Модератор заповнює відповіді учасників тут</i>
6	Модератор окреслює типи завдань, з якими буде працювати команда: А саме: – пошук інформації (в тому числі в англійських джерелах); – креативна робота над ідеєю;	<i>Модератор заповнює розподіл ролей учасників тут</i> Приклад заповнення: Артем Кирилюк вважає сильною стороною і готовий брати на себе:

Крок	Запитання	Результат
	– візуалізація матеріалу і створення презентацій; – перевірка і аналіз інформації; – координація роботи команди; – презентація результатів і публічні виступи від імені команди. Для розподілення завдань модератор ставить запитання: • що кожен учасник вважає своєю сильною стороною для команди? • що йому було б цікаво робити? • що він/вона дуже не хотіли б робити?	• креативну роботу над концепцією. • презентацію результатів і публічні виступи від імені команди. Євген Машуковський вважає сильною стороною і готовий брати на себе: • пошук інформації (в тому числі в англійських джерелах); • перевірку і аналіз інформації. Тетяна Теріна вважає сильною стороною і готова брати на себе: візуалізацію матеріалу і створення презентацій
7	Команда вибирає спосіб прийняття рішень у разі спірних питань. Модератор фіксує, який із варіантів вибрали учасники: 1. Демократичний , голосуванням (всі рішення приймає більшість – не рекомендовано при парному числі учасників) 2. Лідерський демократичний (загальні рішення приймаються шляхом домовленостей. Рішення щодо спірних питань приймає лідер команди, попередньо опитавши команду). 3. Лідерський (лідер приймає ключові рішення, попередньо опитавши команду, але може	<i>Модератор фіксує про який варіант домовилась команда. А також фіксує</i>

Крок	Запитання	Результат
	бути усунутий голосуванням усіх членів команди). 4. Ваш варіант (вказіть свій спосіб, який обирає ваша команда для прийняття рішень)	
8	Команда вибирає ІТ-продукт, за яким буде готувати домашнє завдання	<i>Модератор фіксує назву продукту</i>
9	Команда розподіляє завдання з підготовки і презентації Lean Canvas. За зразком: https://drive.google.com/file/d/1zouggeBjtygGI7ZBFXHW-c8v0Bb6sWDV/view?usp=sharing <i>Можна використовувати шаблон</i>	<i>Вказати розподіл завдань</i>
10	Команда створює чат для командних комунікацій і збору матеріалів	<i>Поставити +, якщо зроблено</i>
11	Модератор-студент дякує учасникам і завершує зустріч	<i>Модератор пересилає чек-лист командної зустрічі викладачу</i>

Чек-лист брейнстормінгу для пошуку ідеї продукту для фінальної атестації

Крок	Запитання	Результат
1	Дата та час проведення брейнстормінгу.	
2	Модерував/ла командний брейнстормінг...? <i>Вказіть модератора, ПІБ студента/ки</i>	
3	Склад команди...? <i>Вказіть повний склад команди на момент проведення</i>	
4	Присутні на брейнстормінгу. <i>Вказіть, хто з учасників команди був присутнім на зустрічі</i>	
5	Модератор окреслює ціль брейнстормінгу: Пошук ідеї власного продукту у вибраній сфері <i>Бізнес-концепція, яка буде представлена командою на фінальній зустрічі</i>	
6	Модератор окреслює чіткий час на брейнстормінг. <i>(Дедлайн, до якого ідея повинна бути вибрана)</i>	

Крок	Запитання	Результат
7	<p>Модератор окреслює правила брейнстормінгу. Проводить перший етап.</p> <p>1. Брейнстормінг буде проходити у 3 етапи:</p> <ul style="list-style-type: none"> • генерація ідей; • відбір; • доопрацювання ідей. <p>2. Кожен учасник команди повинен обов'язково запропонувати варіанти по черзі і має не більше 1 хвилини на власну пропозицію.</p> <p>3. Всі учасники уважно слухають варіанти один одного, не критикуючи і не перебиваючи один одного.</p> <p>4. Модератор фіксує кожну ідею</p>	(Модератор записує всі ідеї першого етапу)
8	<p>На другому етапі учасники розглядають ідеї і вибирають, яка з ідей найкраще відповідає критеріям пошуку:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Має достатньо великий обсяг ринку. 2. Можлива для реалізації і вже має певний ринок і ЦА. 3. В учасників як у команди наявні переваги для реалізації саме цього продукту. <p>(Інші критерії з модуля про успішність ІТ-продуктів)</p>	(Модератор фіксує, яку ідею учасники вибирають)
9	<p>На третьому етапі учасники виступають у ролі критиків і захисників ідеї, опрацьовують відповіді на найбільш «небезпечні запитання» і ризику за моделлю SWOT:</p> <ul style="list-style-type: none"> • сильні сторони ідеї; • слабкі сторони; • ризики; • можливості 	(Модератор фіксує SWOT-аналіз для розбору ідеї)

Крок	Запитання	Результат
10	<p>Команди на завершення презентують ідею і її SWOT-аналіз іншим командам):</p> <p>2 хвилини на презентацію; 1 хвилини на запитання.</p> <p><i>Учасники всіх команд голосують.</i></p> <p>1 людина – 1 голос підтримки.</p> <p>Умова: не можна віддавати свій голос за свою команду.</p> <p>Викладач підраховує голоси і фіксує переможця</p>	(Модератор фіксує, скільки голосів підтримки набрала ідея команди, записує висновки голосування для команди)

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

1. Нір Еяль. На гачку. Як створити продукт, що чіпляє / Нір Еяль, Раян Гувер / Київ: «НАШ ФОРМАТ». – 2017, 192 с.
2. Створення та розвиток ІТ-продуктів. Study Resources. Genesis Academy. Режим доступу: <https://www.academy.gen.tech/study-resources>
3. Шевченко К. «Креативний» і «цілеспрямований»: складаємо резюме, портфоліо й супровідний лист без кліше та «води». Режим доступу: <https://www.gen.tech/post/rezюме-bez-klishe-ta-vodi>
4. Кучук М. Як надавати зворотний зв'язок: правила та робочий етикет. Режим доступу: <https://www.gen.tech/post/yak-nadavati-zvorotnij-zvyazok>
5. Що таке UI/UX дизайн: як стати дизайнером та що потрібно вміти. Режим доступу: <https://prjctr.com/mag/uxui-questions>
6. Шевченко К. MVP: принципи створення та головні помилки фаундерів. Режим доступу: <https://www.gen.tech/post/mvp-sho-ce-principi-stvorennya-ta-golovni-pomilki-faunderiv>
7. Матриця компетенцій. Чекліст по навичках для дизайнера інтерфейсів. Режим доступу: <https://telegraf.design/matrytsya-kompetentsij-checlist-po-navychkah-dlya-dyzajnera-interfejsiv/>
8. Krug, S. (2014). Don't make me think, revisited: A common sense approach to Web usability (3rd ed.). San Francisco, CA: New Riders.
9. Norman, D. A. (2013). The Design of Everyday Things: Revised and Expanded Edition. New York: Basic Books.
10. Weinschenk, S. (2011). 100 Things Every Designer Needs to Know About People. Berkeley, CA: New Riders.
11. Saffer, D. (2006). Designing for Interaction: Creating Smart Applications and Clever Devices. New Riders.

ЗМІСТ

ВСТУП.....	3
ЗАГАЛЬНІ ВИМОГИ ДО ЗВІТУ ПРО ПРОХОДЖЕННЯ ПРАКТИКИ.....	6
Орієнтовний календарний план-графік практики	6
ІНТЕРАКТИВНЕ НАВЧАННЯ НА ПЛАТФОРМІ	10
Тематика модулів для інтерактивного навчання на платформі	10
ЗАНЯТТЯ В БЕЗПОСЕРЕДНЬОМУ КОНТАКТІ З КЕРІВНИКОМ ПРАКТИКИ	13
ПРАКТИЧНІ ТА ДОМАШНІ ЗАВДАННЯ.....	13
Додаток 1. Зразок титульного аркуша звіту про проходження практики.	20
Додаток 2. Зразок аркуша «Підстава для проходження практики»	21
Додаток 3. Календарний план-графік практики.....	22
Додаток 4. Склад пояснювальної записки.	23
Додаток 5. Чек-лист командної зустрічі: як організувати роботу в команді над концепцією продукту.....	24
Додаток 6. Чек-лист брейнстормінгу для пошуку ідеї продукту для фінальної атестації.....	27
СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ.....	30

Навчальне видання

**ФАХОВА
ОЗНАЙОМЛЮВАЛЬНА
ПРАКТИКА**

**МЕТОДИЧНІ РЕКОМЕНДАЦІЇ
до виконання практики
для здобувачів вищої освіти ОС «Бакалавр»
спеціальності 022 «ДИЗАЙН»
ОПП «ІТ-ДИЗАЙН»**

Укладач
САДОВА Віталіна Вікторівна

В авторській редакції

Технічний редактор *А. І. Лавринович*
Коректор *В. І. Куксов*
Комп'ютерна верстка *В. В. Мішкур*

Підп. до друку 01.05.2023. Формат 60x84/16. Папір офс.
Офс. друк. Ум. друк. арк. 1,86. Обл.-вид. арк. 2,0.
Тираж 25 пр. Замовлення № 46-1.

Видавець і виготівник
Національний авіаційний університет
03058. Київ – 58, проспект Любомира Гузара, 1

Свідоцтво про внесення до Державного реєстру ДК № 7604 від 15.02.2022