



COlab

თიბისი კაპუსი

პროდუქტის დიზაინი და მომხმარებლის გამოცდილება სილაბუსი

შეხვედრების
რაოდენობა და
ხანგრძლივობა

ხანგრძლივობა: 8 კვირა
შეხვედრების რაოდენობა: 16 ლექცია
საათების რაოდენობა: 32 საათი

განრიგი

სამშაბათი 19:00 - 21:00, ხუთშაბათი 19:00 - 21:00

ლექტორი

გიორგი რურუა,
product.design@colab.ge

სასწავლო კურსის
ფორმატი

კურსი მიმდინარეობს ონლაინ, ინტერაქტიული ლაივ სესიების ფორმატში. რეკომენდებულია კამერის ჩართვა უკეთესი კომუნიკაციისთვის.

შეფასების
კომპონენტები
(100 ქულა)

კურსის მაქსიმალური ქულაა 100. ფინალურ პროექტზე მუშაობა იწყება მე-2 ლექციიდან და ქულები განაწილებულია შემდეგ კომპონენტებზე:

დასწრება და აქტიურობა (სულ 10 ქულა) - 10 ქულის მისაღებად სავალდებულოა მინიმუმ 12 ლექციაზე დასწრება (11 ან ნაკლებ ლექციაზე დასწრების შემთხვევაში - 0 ქულა).

ფინალური პროექტის ეტაპი #1 - 25 ქულა
ბარდება მე-6 ლექციის შემდეგ.

ფინალური პროექტის ეტაპი #2 - 25 ქულა
ბარდება მე-12 ლექციის შემდეგ.

ფინალური პრეზენტაცია - 40 ქულა

დასრულებული პროექტის წარდგენა და მიღებული გადანყვეტილებების დაცვა.

სერტიფიკატის მიღება	სერტიფიკატის მისაღებად საჭიროა სტუდენტმა დააკმაყოფილოს ყველა შემდეგი პირობა: • დაესწროს ლექციების მინიმუმ 51%-ს. • დააგროვოს მინიმუმ 71 ქულა ჯამურად. • მიიღოს მონაწილეობა ფინალურ პროექტში და წარადგინოს იგი.
---------------------	--

სილაბუსი / ლექციების განრიგი

ლექცია	ლექციის შინაარსი	პირითადი მიზნები
#01.	პროდუქტული აზროვნება და პრობლემის განსაზღვრა	რა არის პროდუქტი, Product Design vs UX vs UI, User Value vs Business Value, Output vs Outcome
#02.		პრობლემა vs სიმპტომი, Problem Statement, Root Cause Analysis, Assumption Mapping, Risky Assumptions
#03.	Product Discovery და მომხმარებლის კვლევა	Discovery vs Delivery, მომხმარებლის ინტერვიუ, Jobs to Be Done, Behavioral vs Attitudinal Data
#04.		Research Synthesis, Affinity Mapping, Pain Point vs Opportunity, Opportunity Sizing

ლექცია		ლექციის შინაარსი	ძირითადი მიზნები
#05.	მომხმარებლის ქცევა და გამოცდილება	Mental Models, Cognitive Load, Cognitive Biases, Habit Formation, Dark Patterns და ეთიკური საზღვრები	
#06.		UX vs CX, Journey Stages, Touchpoints, Emotional Journey, Moments of Truth, Peak-End Rule	
	შეფასება	მილსტონი #1 - პრობლემა, კვლევა და Customer Journey	
#07.	სერვის დიზაინი და რთული პროდუქტული ნაკადები	პროდუქტი vs სერვისი, Frontstage vs Backstage, Service Blueprint, Failure Points, Omnichannel	
#08.		Happy Path, Edge Cases, Error და Empty States, Business Rules, Limits & Permissions	
#09.	პროდუქტის არქიტექტურა და სტრატეგია	Mental Model vs System Model, Hierarchy, Navigation Models, Progressive Disclosure, Object-Action Model	
#10.		Product Vision vs Strategy, Customer Value Proposition, Differentiation, Trade-offs	
#11.	მეტრიკები და პრიორიტეტიზაცია	Product Goals, KPI, North Star Metric, AARRR Funnel, Guardrail Metrics	
#12.		Impact vs Effort, MoSCoW, RICE, Kano, MVP-ის რეალური მნიშვნელობა	

ლექცია		ლექციის შინაარსი	ძირითადი მიზნები
	შეფასება	მილსტოუნი #2 - სტრატეგია, მეტრიკები და პრიორიტეტიზაცია	
#13.	ვალიდაცია და Product Delivery	Hypothesis და Experiment, Prototype როგორც Learning Tool, Usability Testing, A/B Testing	
#14.		Discovery-დან Delivery-ზე გადასვლა, Acceptance Criteria, Design QA, Phased Rollout	
#15.	კომუნიკაცია და ფინალური პროექტი	Product Trio, Stakeholder Management, Design Critique, Decision Log, Storytelling	
#16.		ფინალური პროექტის წარდგენა და მიღებული გადანაცვლებების დაცვა	