

ВИЩИЙ НАВЧАЛЬНИЙ ЗАКЛАД
УНІВЕРСИТЕТ ЕКОНОМІКИ ТА ПРАВА "КРОК"



Лукутін О.В., Орлова-Курилова О.В., Мічківський С.М.

ТЕОРІЯ ТА ПРАКТИКА AGILE

методичні вказівки

*для студентів спеціальності D3 (073) «Менеджмент» (Освітня програма
«Agile-технології в проєктному менеджменті»)*

2026 р.

Лукутін О.В., Орлова-Курилова О.В., Мічківський С. М.

Теорія та практика Agile: методичні вказівки. Київ: Університет економіки та права "КРОК", 2026. 26 с.

Автори: *Лукутін Олег Валерійович*, старший викладач кафедри комп'ютерних наук Університету економіки та права "КРОК";
Орлова-Курилова Ольга Володимирівна, доктор економічних наук, доцент, професор кафедри інформаційного менеджменту, математики та статистики Університету економіки та права "КРОК";
Мічківський Сергій Миколайович, кандидат економічних наук, доцент, старший науковий співробітник, директор Навчально-наукового інституту інформаційних та комунікаційних технологій, завідувач кафедри комп'ютерних наук Університету економіки та права "КРОК".

Рецензенти: *Прігунов Олексій Володимирович*, кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри інформаційних систем управління Донецького національного університету імені Василя Стуса.

Методичні вказівки містять рекомендації щодо виконання самостійних робіт, спрямованих на формування практичних навичок використання Agile-підходів, продуктового мислення та сучасних інструментів управління продуктами. Для студентів спеціальності D3 «Менеджмент», Освітня програма «Agile-технології в проєктному менеджменті», ОР магістр, денної та дистанційної форм навчання.

Розглянуто і затверджено на засіданні кафедри Інформаційного менеджменту, математики та статистики, протокол № 12 від 30.06.2026 р.

© Лукутін О.В., 2026

© Орлова-Курилова О.В., 2026

© Мічківський С.М., 2026

© Університет "КРОК", 2026

ЗМІСТ

ВСТУП	4
1 ВИМОГИ ДО ОФОРМЛЕННЯ РЕЗУЛЬТАТІВ ВИКОНАННЯ САМОСТІЙНОГО ЗАВДАННЯ.....	6
2 ТЕМИ САМОСТІЙНИХ ЗАВДАНЬ	7
Тема 2.1 Створення Product Management Canvas (Lean Canvas)	7
Тема 2.2 Створення Product Vision	9
Тема 2.3 Створення Persona Canvas.....	11
Тема 2.4 Створення User Story	13
3 ОЦІНЮВАННЯ РЕЗУЛЬТАТІВ ВИКОНАНОГО ЗАВДАННЯ.....	16
ПЕРЕЛІК РЕКОМЕНДОВАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	19
ДОДАТОК А ПРИКЛАД LEAN CANVAS	22
ДОДАТОК Б ПРИКЛАД PRODUCT VISION BOARD (ROMAN PICHLER)	23
ДОДАТОК В ПРИКЛАД PERSONA CANVAS	24
ДОДАТОК Г ПРИКЛАД USER STORY + INVEST	25
ДОДАТОК Д ПРИКЛАД ТИТУЛЬНОГО АРКУША ІНДИВІДУАЛЬНОГО ЗАВДАННЯ	26

ВСТУП

Сучасний етап розвитку організацій характеризується високою динамікою змін, зростанням складності бізнес-середовища, посиленням конкуренції та необхідністю швидкого реагування на потреби споживачів. Цифрова трансформація, розвиток інформаційних технологій, поширення штучного інтелекту та глобалізаційні процеси суттєво впливають на підходи до створення продуктів, управління проєктами та організації роботи команд.

У таких умовах традиційні підходи до планування та управління діяльністю організацій не завжди забезпечують необхідний рівень адаптивності та швидкості прийняття рішень. Це обумовлює зростання ролі Agile-підходів, які дозволяють ефективно працювати в умовах невизначеності, складності та постійних змін.

Agile являє собою сукупність цінностей, принципів, практик і фреймворків, спрямованих на створення цінності для користувачів шляхом ітеративної розробки, постійного зворотного зв'язку, співпраці між учасниками процесу та безперервного вдосконалення продуктів і процесів. На сьогодні Agile використовується не лише у сфері розробки програмного забезпечення, але й у продуктовому менеджменті, управлінні проєктами, маркетингу, освіті, фінансовому секторі, державному управлінні та інших галузях.

Актуальність вивчення Agile-технологій здобувачами вищої освіти зумовлена зростаючою потребою сучасних організацій у гнучких підходах до управління проєктами, командами та бізнес-процесами. Опанування принципів, цінностей і практик Agile сприяє формуванню у майбутніх фахівців навичок ефективної командної взаємодії, швидкої адаптації до змін, прийняття обґрунтованих управлінських рішень та орієнтації на створення цінності для споживачів. У сучасних умовах динамічного розвитку цифрових технологій та високої невизначеності бізнес-середовища такі компетентності

є важливою складовою професійної підготовки конкурентоспроможних фахівців.

У результаті вивчення навчальної дисципліни «Теорія та практика Agile» здобувач повинен знати:

- особливості роботи в різних середовищах;
- особливості використання проєктного та продуктового підходів;
- Agile Mindset, цінності та практики Agile;
- особливості використання Agile фреймворків, методів та практик;
- основи створення продукту з використанням сучасних методів (OKR, Impact Mapping, Story Mapping, Design Thinking, etc.);

вміти:

- використовувати Agile підходи та практики для розробки;
- обирати ефективні методи, методології та фреймворки для створення продуктів та послуг;
- проводити дослідження та аналіз середовища, створювати бачення продукту (Product Vision), використовувати сучасні практики побудови різнорівневих цілей для створення продуктів (Product Goal) та досягнення бажаних результатів організацій (OKR), створювати Product Roadmap продуктів та формування вимог з використанням сучасних продуктових практик;
- працювати з зацікавленими сторонами при створенні продуктів, будувати стратегії створення продуктів за допомогою Agile фреймворків та практик;
- використовувати дизайн-мислення (Design Thinking) та інші практики (Impact Mapping, Story Mapping, etc.).

1 ВИМОГИ ДО ОФОРМЛЕННЯ РЕЗУЛЬТАТІВ ВИКОНАННЯ САМОСТІЙНОГО ЗАВДАННЯ

Необхідно підготувати самостійне завдання відповідно до обраної теми. Темати пропонуються здобувачеві в цих методичних рекомендаціях. Необхідно підготувати самостійне завдання у вигляді «Презентації (артефакту) виконаного завдання».

У навчальній діяльності артефакт – це будь-який матеріальний або цифровий результат роботи здобувача освіти, який демонструє процес навчання, набуті знання, навички чи компетентності. Наприклад, канвас (Canvas), презентація, проєктний план, звіт, карта емпатії, SWOT-аналіз, прототип або портфоліо можуть розглядатися як навчальні артефакти [11].

Вимоги до «Презентації (артефакту) виконаного завдання» представлені наявною структурою обов’язкових елементів, а саме:

- титульний аркуш (приклад титульного листа наведено в Додатку Д);
- заповнений шаблон відповідного артефакту (приклад Lean Canvas, Product Vision Board, Persona Canvas або User Stories наведено в Додатках А, Б, В, Г);
- короткі пояснення результатів;
- список використаних джерел (література, відкриті джерела в Інтернет), оформлений згідно з вимогами ДСТУ 8302:2015¹.

Після виконання самостійного завдання здобувач завантажує «Презентацію (артефакт) виконаного завдання» в електронному вигляді, від свого імені, на курс в МУДЛ, у відповідну опцію виконаних завдань, на перевірку викладачу.

¹ ПРИКЛАДИ ОФОРМЛЕННЯ БІБЛІОГРАФІЧНОГО ОПИСУ У СПИСКУ ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ з урахуванням Національного стандарту України ДСТУ 8302:2015 «Бібліографічне посилання. Загальні положення та правила складання» <https://msu.edu.ua/library/wp-content/uploads/2019/02/prykklady-oformlennja-bibliografichnoho-opysu-zhidno-dstu-8302.pdf>, https://kubg.edu.ua/images/stories/podii/2017/06_21_posylannia/dstu_8302.pdf

2 ТЕМИ САМОСТІЙНИХ ЗАВДАНЬ

Тема 2.1 Створення Product Management Canvas (Lean Canvas)

Мета роботи: отримати практичні навички аналізу бізнес-ідеї та формування концепції продукту за допомогою Product Management Canvas (Lean Canvas).

Теоретичні відомості: Product Management Canvas (Lean Canvas) є одним із найбільш поширених інструментів продуктового менеджменту для первинного аналізу бізнес-ідей, формування продуктових гіпотез та оцінки життєздатності майбутнього продукту. Інструмент був запропонований Ашем Маур'єю (Ash Maurya) як адаптація Business Model Canvas для стартапів та продуктових команд, які працюють в умовах високої невизначеності [14].

Lean Canvas використовується на ранніх етапах створення продукту для структурованого опису ключових елементів бізнес-моделі та перевірки основних припущень щодо майбутнього продукту. На відміну від традиційного бізнес-плану, Канвас дозволяє швидко сформувати цілісне бачення продукту на одній сторінці та спростити процес аналізу й комунікації між зацікавленими сторонами.

В основі Lean Canvas лежить концепція Lean Startup, яка передбачає поступову перевірку продуктових гіпотез через експерименти та отримання зворотного зв'язку від користувачів. Заповнення Канвасу допомагає виявити ризики майбутнього продукту, уточнити потреби користувачів та сформувати початкове бачення цінності продукту.

Класичний Lean Canvas складається з дев'яти взаємопов'язаних блоків:

- Problem (Проблема) - ключові проблеми користувачів, які необхідно вирішити;
- Customer Segments (Сегменти клієнтів) - цільові групи користувачів продукту;
- Unique Value Proposition (Унікальна ціннісна пропозиція) - основна цінність продукту для користувачів;

- Solution (Рішення) - запропоновані способи вирішення визначених проблем;
- Channels (Канали) - способи взаємодії з клієнтами та доставки цінності;
- Revenue Streams (Джерела доходу) - механізми отримання прибутку;
- Cost Structure (Структура витрат) - основні витрати на створення та підтримку продукту;
- Key Metrics (Ключові метрики) - показники оцінки успішності продукту;
- Unfair Advantage (Унікальна перевага) - фактори, які складно відтворити конкурентам [13].

У сучасному Agile-підході Lean Canvas використовується як інструмент Product Discovery та Product Management для формування спільного бачення продукту, аналізу потреб користувачів, визначення продуктових ризиків та підготовки до створення Product Vision, Product Goal і Product Backlog.

Використання Lean Canvas дозволяє продуктовим командам швидко оцінювати нові ідеї, приймати обґрунтовані рішення щодо розвитку продукту та забезпечувати орієнтацію на створення цінності для користувачів і бізнесу.

Порядок виконання:

- обрати продукт або сервіс для аналізу;
- визначити основну проблему користувачів;
- визначити цільову аудиторію;
- сформулювати ціннісну пропозицію продукту;
- заповнити всі блоки Lean Canvas;
- підготувати короткий опис отриманих результатів.

Результат роботи: заповнений Product Management Canvas (Lean Canvas) та пояснювальна записка обсягом 1–2 сторінки.

Критерії оцінювання:

- повнота заповнення Канвасу;

- логічність взаємозв'язків між блоками;
- якість визначення проблеми та цінності;
- обґрунтованість висновків.

Тема 2.2 Створення Product Vision

Мета роботи: отримати практичні навички формування стратегічного бачення продукту.

Теоретичні відомості: Product Vision (бачення продукту) є одним із ключових артефактів продуктового менеджменту, який описує майбутній бажаний стан продукту та пояснює, яку цінність продукт має створювати для користувачів, бізнесу та інших зацікавлених сторін. Product Vision визначає довгостроковий напрям розвитку продукту та забезпечує спільне розуміння цілей серед усіх учасників процесу створення продукту [24].

У сучасних Agile-підходах Product Vision використовується як стратегічний орієнтир для прийняття продуктових рішень. Наявність чіткого бачення дозволяє командам узгоджувати щоденні рішення із довгостроковими бізнес-цілями та забезпечує послідовність розвитку продукту протягом усього його життєвого циклу.

Якісно сформульоване Product Vision повинно відповідати на такі ключові питання:

1. Для кого створюється продукт?
2. Які проблеми користувачів він вирішує?
3. Яку цінність отримують користувачі?
4. Які бізнес-результати очікуються від використання продукту?
5. Чим продукт відрізняється від альтернативних рішень?

Product Vision є важливою складовою процесу Product Discovery та виступає основою для формування інших продуктових артефактів, зокрема:

- Product Goal;
- Product Strategy;
- Product Roadmap;

- Product Backlog;
- Release Planning [20].

У продуктовому менеджменті для формування бачення часто використовується Product Vision Board, запропонований Романом Піхлером (Roman Pichler) [22]. Цей інструмент дозволяє структуровано описати ключові елементи продукту та забезпечити спільне бачення між командою, замовниками та іншими зацікавленими сторонами.

Типовий Product Vision Board містить такі складові:

- Target Group (цільова аудиторія);
- Needs (потреби користувачів);
- Product (опис продукту);
- Business Goals (бізнес-цілі);
- Vision (бачення продукту);
- Benefits (очікувані переваги та цінність);
- Competitors (конкурентне середовище);
- Goals (цілі розвитку продукту);
- Roadmap (загальний напрям розвитку продукту) [20].

Під час створення Product Vision особливу увагу слід приділяти орієнтації на користувача та бізнес-цінність. Бачення має бути достатньо амбітним, щоб надихати команду, але водночас достатньо конкретним, щоб слугувати основою для прийняття практичних продуктових рішень.

Використання Product Vision дозволяє забезпечити узгодженість між бізнес-стратегією організації, потребами користувачів та діяльністю команди розробки, що є одним із фундаментальних принципів сучасного Agile Product Management.

Порядок виконання:

- використати продукт, визначений у попередній роботі;
- описати цільову аудиторію;
- визначити ключові потреби користувачів;
- сформулювати бачення продукту;

- визначити очікувані бізнес-результати.

Результат роботи: заповнений шаблон Product Vision Board та коротке пояснення ключових елементів бачення продукту.

Критерії оцінювання:

- чіткість формулювання бачення;
- орієнтація на користувача;
- відповідність бізнес-цілям;
- логічність структури документа.

Тема 2.3 Створення Persona Canvas

Мета роботи: навчитися аналізувати потреби користувачів та формувати профілі цільової аудиторії продукту.

Теоретичні відомості: Persona Canvas є одним із найбільш поширених інструментів продуктового менеджменту, User Experience (UX) Design та Design Thinking, який використовується для аналізу та опису типових представників цільової аудиторії продукту [16]. Персона являє собою узагальнений профіль користувача, побудований на основі дослідження потенційних або реальних клієнтів, їхніх потреб, цілей, поведінки та мотивації.

У сучасному продуктовому менеджменті створення продукту починається не з розробки функціональності, а з розуміння користувачів та проблем, які необхідно вирішити. Саме тому Persona Canvas використовується як один із ключових інструментів етапу Product Discovery, що дозволяє продуктовим командам формувати рішення, орієнтовані на реальні потреби користувачів.

Персона допомагає відповісти на такі ключові питання:

1. Хто є майбутнім користувачем продукту?
2. Які його цілі та очікування?
3. Які проблеми він намагається вирішити?

4. Які фактори впливають на його поведінку та прийняття рішень?
5. Яку цінність користувач очікує отримати від продукту?

Використання Persona Canvas дозволяє перейти від абстрактного поняття «користувач» до конкретного образу представника цільової аудиторії. Це сприяє кращому розумінню потреб клієнтів та прийняттю більш обґрунтованих продуктових рішень.

Типовий Persona Canvas містить такі елементи:

- загальна інформація про користувача (ім'я, вік, професія, роль);
- цілі та очікування;
- потреби та мотивація;
- проблеми та бар'єри;
- поведінкові особливості;
- рівень знань та досвіду;
- канали взаємодії з продуктом;
- критерії успіху користувача.

У рамках Agile Product Management результати аналізу користувачів використовуються для формування продуктового бачення (Product Vision), визначення цінності продукту (Value Proposition), створення User Stories та наповнення Product Backlog. Саме тому якість побудови персон безпосередньо впливає на якість майбутніх продуктових рішень [16].

Під час створення Persona Canvas важливо уникати припущень, які не мають обґрунтування. Персона повинна базуватися на реальних спостереженнях, інтерв'ю, дослідженнях ринку або логічно обґрунтованих гіпотезах щодо цільової аудиторії.

Використання Persona Canvas дозволяє підвищити орієнтацію продукту на користувача, покращити процес прийняття продуктових рішень та забезпечити створення функціональності, яка дійсно створює цінність для майбутніх користувачів продукту.

У межах даної роботи студент повинен створити Persona Canvas для одного із сегментів користувачів продукту, визначеного у попередніх роботах,

та продемонструвати взаємозв'язок між потребами користувача, продуктовим баченням та майбутніми вимогами до продукту.

Порядок виконання:

- обрати один із сегментів користувачів продукту;
- створити профіль користувача;
- визначити його цілі та очікування;
- описати основні проблеми та потреби;
- заповнити Persona Canvas.

Результат роботи: заповнений шаблон Persona Canvas.

Критерії оцінювання:

- реалістичність опису користувача;
- якість аналізу потреб;
- повнота заповнення шаблону;
- відповідність обраному продукту.

Тема 2.4 Створення User Story

Мета роботи: отримати практичні навички формування вимог до продукту з використанням User Stories.

Теоретичні відомості: User Story є одним із найбільш поширених інструментів Agile-розробки та продуктового менеджменту для формування вимог до продукту. На відміну від традиційних специфікацій вимог, User Story описує функціональність з точки зору користувача та акцентує увагу не на технічній реалізації, а на цінності, яку отримує користувач в результаті використання продукту.

Концепція User Story виникла в межах методології Extreme Programming (XP) та згодом стала однією з базових практик Agile-підходів, зокрема при використанні фреймворка Scrum. Використання User Stories дозволяє забезпечити спільне розуміння вимог між замовниками, користувачами, продуктовими менеджерами та командою розробки [17].

Основною метою User Story є фіксація потреб користувача у простій та зрозумілій формі, яка створює основу для подальшого обговорення, уточнення та реалізації функціональності. User Stories використовуються для формування Product Backlog та планування роботи команди під час створення продукту.

Класичний шаблон User Story має такий вигляд:

As a [роль]

I want [потреба]

So that [цінність]

Дана структура дозволяє визначити:

- хто є користувачем функціональності;
- яку потребу необхідно задовольнити;
- яку цінність або результат очікує отримати користувач.

Якісно сформульована User Story повинна бути орієнтована на користувача (роль) та відображати його цілі, визначені під час створення Persona Canvas. Таким чином User Stories є логічним продовженням аналізу користувачів та трансформують їх потреби у вимоги до продукту.

Для деталізації вимог до кожної User Story використовуються Acceptance Criteria (критерії прийняття). Acceptance Criteria визначають умови, за яких User Story може вважатися реалізованою та завершеною. Вони забезпечують єдине розуміння очікуваного результату між замовником, Product Owner та командою розробки. Під час створення User Stories рекомендується використовувати принцип INVEST, запропонований Біллом Вейком (Bill Wake) [30]. Відповідно до цього підходу User Story повинна бути:

- Independent – незалежною від інших історій;
- Negotiable – такою, що може уточнюватися та обговорюватися;
- Valuable – цінною для користувача або бізнесу;
- Estimable – придатною до оцінювання;
- Small – достатньо невеликою для реалізації в межах ітерації;
- Testable – придатною до перевірки та тестування.

У Scrum User Stories виступають основою Product Backlog та використовуються під час планування роботи команди. Вони дозволяють забезпечити прозорість вимог, покращити комунікацію між учасниками процесу та підтримувати орієнтацію на створення цінності для користувачів.

У межах даної роботи студент повинен використати результати Persona Canvas, визначити потреби користувача та сформувати комплект User Stories з відповідними Acceptance Criteria. Отримані User Stories повинні демонструвати зв'язок між продуктовим баченням, потребами користувачів та майбутньою функціональністю продукту.

Порядок виконання:

- використати результати Persona Canvas;
- визначити функціональні потреби користувача;
- створити не менше 10 User Stories;
- для кожної User Story сформувати Acceptance Criteria;
- перевірити User Stories відповідно до критеріїв INVEST.

Результат роботи: комплект User Stories із Acceptance Criteria.

Критерії оцінювання:

- правильність формату User Story;
- відповідність потребам користувача;
- якість Acceptance Criteria;
- відповідність принципам INVEST.

3 ОЦІНЮВАННЯ РЕЗУЛЬТАТІВ ВИКОНАНОГО ЗАВДАННЯ

Презентація (артефакт) виконаного завдання – електронний документ (зазвичай у форматі .pptx, .pdf), який створено для візуального представлення інформації з певної теми. Це слайд-шоу або набір слайдів, у якому викладено основні ідеї, факти чи результати дослідження з конкретної теми. Створений у програмі Microsoft PowerPoint, Google Slides, Canva, LibreOffice Impress тощо. Презентація зазвичай має загальну структуру: титульний слайд (тема, автор, дата); мета або актуальність теми; основна частина (тези, факти, графіки, схеми, зображення); висновки або підсумки; джерела інформації; заключний слайд (контактна інформація, тощо).

Головні вимоги до презентацій (артефакту) виконаного завдання:

- чіткість і логічність - матеріал подається послідовно, зрозуміло;
- короткий текст - мінімум слів, максимум змісту (до 6–8 рядків на слайді);
- єдиний стиль оформлення - однакові шрифти, кольори, фони;
- якість зображень - чіткі, доречні, без перевантаження;
- видимість і контрастність - текст добре читається на фоні;
- візуальний баланс - не надто багато ефектів чи анімацій;
- структура: титульний аркуш; заповнений шаблон відповідного артефакту (приклад Lean Canvas, Product Vision Board, Persona Canvas або User Stories); короткі пояснення результатів; список використаних джерел (література, відкриті джерела в Інтернет).

Таблиця 3.1 - Оцінювання презентації (артефакту) виконаного завдання

Бали	Характеристика виконаної роботи	Візуальне оформлення, відповідність структури	Оцінка за чотирьох бальною шкалою
9-10	Виконана робота повністю відповідає обраній темі та	Високе, повна відповідність	Відмінно

Таблиця 3.1 - Оцінювання презентації (артефакту) виконаного завдання

Бали	Характеристика виконаної роботи	Візуальне оформлення, відповідність структурі	Оцінка за чотирьох бальною шкалою
	поставленому завданню. Її структура повністю дотримана й містить усі необхідні елементи: титульний аркуш, заповнений шаблон відповідного артефакту, короткі пояснення отриманих результатів і список використаних джерел. У роботі повною мірою враховано чотири критерії оцінювання, визначені для обраної теми. Матеріал вирізняється змістовністю, конкретністю та логічною послідовністю викладу, містить самостійно сформульовані висновки.		
7-8	Виконана робота переважно відповідає обраній темі та поставленому завданню. Її структура загалом дотримана й містить необхідні елементи. У роботі здебільшого враховано чотири критерії оцінювання, визначені для обраної теми. Матеріал є змістовним, конкретним і логічно викладеним, містить самостійно сформульовані висновки, окремі аспекти потребують детального висвітлення.	Достатні, достатня відповідність	Добре
5-6	Виконана робота загалом відповідає обраній темі та основним вимогам завдання. Структура роботи переважно дотримана, проте окремі її елементи подано неповною мірою або потребують доопрацювання. У роботі враховано більшість визначених критеріїв оцінювання до теми, деякі з них розкриті недостатньо. Матеріал викладено зрозуміло, однак окремим частинам бракує конкретності та	Середня, часткова відповідність	Задовільно

Таблиця 3.1 - Оцінювання презентації (артефакту) виконаного завдання

Бали	Характеристика виконаної роботи	Візуальне оформлення, відповідність структурі	Оцінка за чотирьох бальною шкалою
	деталізації. Робота містить пояснення, їх аргументація потребує покращення.		
1-4	Виконана робота не відповідає обраній темі та вимогам завдання. Структура дотримана частково: окремі обов'язкові елементи відсутні або оформлені неналежним чином. У роботі враховано лише частину критеріїв оцінювання, визначених для обраної теми. Матеріал викладено недостатньо логічно та обґрунтовано, окремі положення потребують уточнення. Пояснення результатів є неповними, а зміст роботи потребує суттєвого доопрацювання.	Низька, повна не відповідність	Незадовільно

ПЕРЕЛІК РЕКОМЕНДОВАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Anderson D. J., Reinertsen D. G. Kanban: Successful Evolutionary Change for Your Technology Business. Seattle : Blue Hole Press, 2010. 278 p.
2. Appelo J. Management 3.0: Leading Agile Developers, Developing Agile Leaders. Boston : Addison-Wesley Professional, 2011. 464 p.
3. Atlassian User Stories. URL: <https://www.atlassian.com/agile/project-management/user-stories> (дата звернення: 15.06.2026).
4. Beck K., Andres C. Extreme Programming Explained: Embrace Change. 2nd ed. Boston : Addison-Wesley, 2004. 224 p.
5. Bittner K., Kong P., West D. The Nexus Framework for Scaling Scrum: Continuously Delivering an Integrated Product with Multiple Scrum Teams. Boston : Addison-Wesley Professional, 2017. 176 p.
6. Cagan M. Inspired: How to Create Tech Products Customers Love. 2nd ed. Hoboken : Wiley, 2017. 368 p.
7. Canvanizer Lean Canvas. URL: <https://canvanizer.com/new/lean-canvas> (дата звернення: 15.06.2026).
8. Cohn M. Succeeding with Agile: Software Development Using Scrum. Boston : Addison-Wesley Professional, 2009. 512 p.
9. HubSpot Make My Persona. URL: <https://www.hubspot.com/make-my-persona> (дата звернення: 15.06.2026).
10. Larman C., Vodde B. Large-Scale Scrum: More with LeSS. Boston : Addison-Wesley Professional, 2016. 368 p.
11. Learning Artifact (Education). *Wikipedia*. URL: [https://en.wikipedia.org/wiki/Learning_artifact_\(education\)](https://en.wikipedia.org/wiki/Learning_artifact_(education)) (дата звернення: 15.06.2026).
12. Manifesto for Agile Software Development. URL: <http://www.agilemanifesto.org/> (дата звернення: 15.06.2026).
13. Maurya A. Lean Canvas. URL: <https://leanstack.com/lean-canvas> (дата звернення: 15.06.2026).

14. Miro Lean Canvas Template. URL: <https://miro.com/templates/lean-canvas/> (дата звернення: 15.06.2026).
15. Miro Product Vision Board Template. URL: <https://miro.com/templates/product-vision/> (дата звернення: 15.06.2026).
16. Miro User Persona Template. URL: <https://miro.com/templates/user-persona/> (дата звернення: 15.06.2026).
17. Mountain Goat Software. User Story Template. URL: <https://www.mountaingoatsoftware.com/agile/user-stories> (дата звернення: 15.06.2026).
18. Patton J., Economy P. User Story Mapping: Discover the Whole Story, Build the Right Product. Sebastopol : O'Reilly Media, 2014. 324 p.
19. Perri M. Escaping the Build Trap: How Effective Product Management Creates Real Value. Sebastopol : O'Reilly Media, 2018. 190 p.
20. Pichler R. Agile Product Management with Scrum: Creating Products that Customers Love. Boston : Addison-Wesley Professional, 2010. 160 p.
21. Pichler R. Product Vision Board. URL: <https://www.romanpichler.com/tools/product-vision-board/> (дата звернення: 15.06.2026).
22. Pichler R. Strategize: Product Strategy and Product Roadmap Practices for the Digital Age. London : Pichler Consulting, 2016. 184 p.
23. Poppendieck M., Poppendieck T. Implementing Lean Software Development: From Concept to Cash. Boston : Addison-Wesley Professional, 2006. 304 p.
24. Product Vision Examples. URL: <https://www.romanpichler.com/blog/10-tips-writing-good-product-vision/> (дата звернення: 15.06.2026).
25. Schwaber K. Agile Project Management with Scrum. Redmond : Microsoft Press, 2004. 192 p.
26. Schwaber K., Beedle M. Agile Software Development with Scrum. Upper Saddle River : Prentice Hall, 2008. 158 p.
27. Scrum.org. Evidence-Based User Story Examples. URL: <https://www.scrum.org/resources/blog> (дата звернення: 15.06.2026).

28. Strode D. E., Huff S. L. Modern Techniques for Successful IT Project Management. *Modern Techniques for Successful IT Project Management*. Hershey : IGI Global, 2015. P. 64–82. <https://doi.org/10.4018/978-1-4666-7473-8.ch004>
29. Xtensio User Persona Template. URL: <https://xtensio.com/user-persona/> (дата звернення: 15.06.2026).
30. INVEST in Good Stories, and SMART Tasks. URL: <https://xp123.com/invest-in-good-stories-and-smart-tasks/>

ДОДАТОК А

ПРИКЛАД LEAN CANVAS

LEAN CANVAS

Designed for:

Designed by:

Date:

Version:

1. PROBLEM  List your top 3 problems. 1. 2. 3. EXISTING ALTERNATIVES List how these problems are solved today.	2. SOLUTION  Outline a possible solution for each problem. 1. 2. 3.	3. UNIQUE VALUE PROPOSITION  Single, clear, compelling message that states why you are different and worth buying.	4. UNFAIR ADVANTAGE  Something that cannot be easily copied or bought.	5. CUSTOMER SEGMENTS  List your target customers and users.
	KEY METRICS  List the key numbers that tell you how your business is doing.		CHANNELS  List your path to customers.	EARLY ADOPTERS  List the characteristics of your ideal customers.
7. COST STRUCTURE  List your fixed and variable costs. • • •		6. REVENUE STREAMS  List your sources of revenue. • • •		

Lean Canvas is adapted from Running Lean by Ash Maurya

Get more canvas templates at leanstack.com

Джерело: [14]

ДОДАТОК Б

ПРИКЛАД PRODUCT VISION BOARD (ROMAN PICHLER)

PRODUCT VISION BOARD (ROMAN PICHLER) Product: _____ Team: _____ Date: _____ Version: _____

1. TARGET GROUP Who are the users and customers? For whom are we solving a problem? • • •	2. NEEDS What problem does the product solve? What are the needs of the target group? • • •	3. PRODUCT What is the product? What makes it stand out? • • •
4. BUSINESS GOALS What business goals should be reached? What are the key business objectives? • • •	VISION  A short and inspiring description of the desired future. _____ _____ _____	
5. BENEFITS What benefit does the product bring to the target group? What positive change will it create? • • •	6. COMPETITION Who are the competitors? What is the alternative today? What is our advantage? • • •	7. GOALS What are the key goals? What should be achieved and measured? • • •
8. ROADMAP What are the big steps to achieve the vision? What is the high-level plan? • • •		
GUIDING PRINCIPLES What are the principles and values that guide our work on this product? • • •		

Source: romanpichler.com/tools/product-vision-board © Roman Pichler

Джерело: [24]

ДОДАТОК В

ПРИКЛАД PERSONA CANVAS

PERSONA CANVAS

Persona name: _____ Date: _____ Version: _____

1. PERSONA PROFILE Name: _____ Age: _____ Gender: _____ Location: _____ Occupation: _____ Education: _____ Income: _____ Status: _____ “ QUOTE A typical quote that captures the persona's attitude or mindset. ”	2. GOALS What are the persona's goals and aspirations? • • •	3. FRUSTRATIONS What are the persona's frustrations and pain points? • • •	4. MOTIVATIONS What motivates the persona to take action? • • •
5. NEEDS What are the persona's key needs? • • •	6. BEHAVIORS What are the persona's behaviors and habits? • • •	7. PREFERENCES What does the persona prefer? (brands, channels, features, etc.) • • •	
8. TECHNOLOGY What technology and devices does the persona use? • • •	9. INFLUENCES What influences the persona's decisions? • • •	10. CHANNELS How does the persona prefer to communicate and get information? • • •	
11. BIO / BACKSTORY Provide a short backstory that describes the persona's life, job, experience, and background. • • •			

Джерело: [16]

ДОДАТОК Г

ПРИКЛАД USER STORY + INVEST

USER STORY TEMPLATE

USER STORY FORMAT

As a **<role>**

I want **<goal>**

So that **<benefit>**

EXAMPLE

As a **registered user**

I want **to reset my password**

So that **I can regain access to my account**

ACCEPTANCE CRITERIA

Acceptance criteria describe the conditions that must be met for the story to be considered complete.

- _____
- _____
- _____
- _____
- _____
- _____

Good acceptance criteria are:

- ✓ Clear
- ✓ Testable
- ✓ Measurable
- ✓ Relevant

STORY DETAILS (Optional)

Story ID: _____ Epic / Feature: _____ Priority: _____

Story Points: _____ Assignee: _____ Due Date: _____

Notes / Comments:

INVEST CRITERIA

Use INVEST to check the quality of your User Stories.

I	INDEPENDENT The story should be independent of other stories.	- Can this story be developed independently? - Does it have external dependencies?
N	NEGOTIABLE The details can be discussed and negotiated.	- Is there room for discussion about the details? - Is it clear what problem we are trying to solve?
V	VALUABLE The story delivers value to the user and the business.	- Does this story provide value to the user? - Does it support business goals?
E	ESTIMABLE The story should be estimable by the team.	- Can the team estimate the effort? - Is the story clear enough?
S	SMALL The story should be small enough to be completed in a short time.	- Can this story be completed in one iteration? - Is it small enough?
T	TESTABLE The story has clear acceptance criteria.	- Are the acceptance criteria clear and testable? - Can we verify the story is done?

TIPS FOR WRITING GOOD USER STORIES

- ✓ Focus on the user and their needs.
- ✓ Write clear acceptance criteria.
- ✓ Keep the story short and simple.
- ✓ Refine and split large stories.
- ✓ Avoid solution details in the story.
- ✓ Collaborate and discuss with the team.

Джерело:[17]

ДОДАТОК Д
ПРИКЛАД ТИТУЛЬНОГО АРКУША ІНДИВІДУАЛЬНОГО
ЗАВДАННЯ

Університет економіки та права "КРОК"



САМОСТІЙНА РОБОТА
за дисципліною
«Теорія та практика Agile»
на тему:
**Гнучке управління створенням платформи для моніторингу
та раннього виявлення аномалій для ІТ-компанії**

Виконав:
здобувач групи МЕН/Agile-25м
Іван ЗАВЕДЕНКО

Перевірив:
ст. викл. кафедри КН
Олег ЛУКУТІН

2026 р.