Product Marketing Manager в IT

Product Marketing Manager в IT

Учебный план на 1 год обучения

Модуль 1. Продуктовый маркетинг в IT: что такое и зачем нужен

Тема 1.
Продуктовый маркетинг в IT

Продуктовый маркетинг в IT: определение и место в структуре компании. Ключевые задачи и зоны ответственности продуктового маркетолога. Взаимодействие с product management, sales, support и разработкой. Метрики эффективности продуктового маркетинга. Типовые ошибки на старте.

Тема 2.
Рынок и клиенты IT

Специфика рынка IT-продуктов: B2B, B2C, B2B2C. Жизненный цикл продукта и его влияние на маркетинговые задачи. Сегменты клиентов и их потребности. Конкурентная среда: прямые и косвенные игроки. Тренды рынка IT и их влияние на маркетинг.

Тема 3.
Ценность для клиента

Ценность продукта для клиента: функциональная, эмоциональная, социальная. Как формулировать ценностное предложение. Боли клиента и как на них отвечать. Связь ценности с ценообразованием. Ошибки в коммуникации ценности.

Дополнительно: Кейсы разных компаний на формирование ценности

Тема 4.
Позиционирование

Позиционирование: определение и цели. Карта восприятия. Выбор ниши и уникальных преимуществ. Позиционирование vs ребрендинг. Ошибки позиционирования. Позиционирование в B2B и B2C.

Тема 5.
Бренд и коммуникации

Бренд: ценности, тон, визуальный язык. Коммуникации с аудиторией: каналы, частота, контент. Бренд-бук и его использование. Согласованность бренда и продукта. Ошибки в коммуникации.

Тема 6.
Product-led growth и growth-маркетинг

Product-led growth: определение и модели. Growth-маркетинг: эксперименты, воронки, метрики. Product-led growth vs sales-led growth. Инструменты growth-маркетинга. Ошибки при внедрении.

Тема 7.
Аналитика и метрики продукта

Ключевые метрики продукта: DAU, MAU, retention, churn, LTV, CAC, NPS. Воронки и когорты. Инструменты аналитики: Google Analytics, Mixpanel, Amplitude, Yandex Metrica. Как строить дашборд. Ошибки в интерпретации данных.

Тема 8.
Финальный проект модуля

Финальный проект модуля: анализ продукта, позиционирование, ценность для клиента, метрики. Защита проекта перед преподавателем.

Модуль 2. Аналитика рынка и исследование целевой аудитории

Тема 1.
Рынок и сегменты

Определение рынка и сегмента. Критерии сегментации: демографические, поведенческие, географические, психографические. Сегмент vs ниша vs массовый рынок. Как выбрать сегмент для продукта. Ошибки при сегментации.

Тема 2.
Конкуренты

Конкуренты: прямые, косвенные, потенциальные. Анализ конкурентов: сильные и слабые стороны, позиционирование, ценообразование, каналы. Конкурентная карта. Как использовать анализ конкурентов в позиционировании. Ошибки при анализе конкурентов.

Тема 3.
Целевая аудитория

Целевая аудитория: определение и портрет. Как собирать данные о аудитории: опросы, интервью, аналитика, наблюдение. Боли, мотивации, барьеры покупки. Как использовать портрет аудитории в маркетинге. Ошибки при работе с аудиторией.

Дополнительно: Кейсы разных компаний на формирование ценности

Тема 4.
Исследование рынка

Исследование рынка: цели и методы. Количественные и качественные исследования. Анкетирование, интервью, фокус-группы, наблюдение. Как проводить исследование с ограниченным бюджетом. Ошибки при исследовании рынка.

Тема 5.
Анализ данных

Анализ данных: сбор, обработка, интерпретация. Инструменты: Google Sheets, Excel, Tableau, Yandex DataLens. Как строить выводы из данных. Ошибки при анализе данных.

Тема 6.
Гипотезы и тестирование

Гипотезы: как формулировать и проверять. Тестирование гипотез: A/B-тесты, опросы, прототипы. Как принимать решения на основе данных. Ошибки при тестировании гипотез.

Тема 7.
Финальный проект модуля

Финальный проект модуля: анализ рынка, сегментация, портрет аудитории, гипотезы. Защита проекта перед преподавателем.

Модуль 3. Product-Market Fit

Тема 1.
Product-Market Fit: определение и измерение

Product-Market Fit: что это и почему это ключевой показатель. Как измерить PMF: опросы, метрики, retention, NPS. Признаки достижения PMF. Ошибки при оценке PMF. Как PMF влияет на маркетинг и продажи.

Тема 2.
Customer Development и Lean Startup

Customer Development: как проверять гипотезы о клиентах. Lean Startup: минимальный жизнеспособный продукт (MVP), итерации, обратная связь. Как применять Lean Startup в маркетинге. Ошибки при внедрении.

Дополнительно: Кейсы разных компаний на формирование ценности

Тема 3.
Product-led growth: модели и инструменты

Product-led growth: определение и модели. Growth-маркетинг: эксперименты, воронки, метрики. Product-led growth vs sales-led growth. Инструменты growth-маркетинга. Ошибки при внедрении.

Тема 4.
Ценообразование

Ценообразование: модели и стратегии. Freemium, subscription, pay-per-use, enterprise. Как выбрать модель ценообразования. Ценообразование vs ценность для клиента. Ошибки при ценообразовании.

Тема 5.
Продуктовая аналитика: метрики и инструменты

Продуктовая аналитика: ключевые метрики. Retention, churn, LTV, CAC, NPS. Воронки и когорты. Инструменты аналитики: Google Analytics, Mixpanel, Amplitude, Yandex Metrica. Как строить дашборд. Ошибки в интерпретации данных.

Дополнительно: Кейсы разных компаний на формирование ценности

Тема 6.
Финальный проект модуля

Финальный проект модуля: Product-Market Fit, Customer Development, ценообразование, продуктовая аналитика. Защита проекта перед преподавателем.

Модуль 4. Go-To-Market-стратегии

Тема 1.
Go-To-Market-стратегия: определение и элементы

Go-To-Market-стратегия: что это и зачем нужна. Элементы GTM-стратегии: сегмент, ценность, каналы, ресурсы, метрики. Как выбрать GTM-стратегию. Ошибки при разработке GTM-стратегии.

Тема 2.
Каналы привлечения

Каналы привлечения: органические и платные. Контент-маркетинг, SEO, SMM, PPC, email-маркетинг, партнерские программы. Как выбрать каналы. Ошибки при выборе каналов.

Дополнительно: Разработка GTM-стратегии

Тема 3.
Ценообразование и монетизация

Ценообразование и монетизация: модели и стратегии. Freemium, subscription, pay-per-use, enterprise. Как выбрать модель ценообразования. Ценообразование vs ценность для клиента. Ошибки при ценообразовании.

Тема 4.
Запуск продукта

Запуск продукта: подготовка, анонсы, первые клиенты. Soft launch и beta-тестирование. Как измерить успешность запуска. Ошибки при запуске.

Дополнительно: Разработка плана запуска продукта

Тема 5.
Финальный проект модуля

Финальный проект модуля: GTM-стратегия, каналы привлечения, ценообразование, запуск продукта. Защита проекта перед преподавателем.

Модуль 5. Аналитика и рост продукта

Тема 1.
Продуктовая аналитика: метрики и инструменты

Продуктовая аналитика: ключевые метрики. Retention, churn, LTV, CAC, NPS. Воронки и когорты. Инструменты аналитики: Google Analytics, Mixpanel, Amplitude, Yandex Metrica. Как строить дашборд. Ошибки в интерпретации данных.

Тема 2.
Product-led growth и growth-маркетинг

Product-led growth: определение и модели. Growth-маркетинг: эксперименты, воронки, метрики. Product-led growth vs sales-led growth. Инструменты growth-маркетинга. Ошибки при внедрении.

Дополнительно: Разработка плана внедрения product-led growth

Тема 3.
Retention и churn

Retention и churn: определение и расчет. Cohort analysis. Как снижать churn. Retention vs acquisition. Ошибки при работе с retention.

Тема 4.
Воронки и когорты

Воронки и когорты: определение и расчет. Funnel analysis. Как строить воронку. Ошибки при анализе воронок.

Дополнительно: Разработка плана внедрения product-led growth

Тема 5.
Product-led growth: модели и инструменты

Product-led growth: определение и модели. Growth-маркетинг: эксперименты, воронки, метрики. Product-led growth vs sales-led growth. Инструменты growth-маркетинга. Ошибки при внедрении.

Тема 6.
Ценообразование

Ценообразование: модели и стратегии. Freemium, subscription, pay-per-use, enterprise. Как выбрать модель ценообразования. Ценообразование vs ценность для клиента. Ошибки при ценообразовании.

Тема 7.
Финальный проект модуля

Финальный проект модуля: product-led growth, retention, воронки, ценообразование. Защита проекта перед преподавателем.

Модуль 6. Управление проектом и межкомандное взаимодействие

Тема 1.
Основы управления проектами

Управление проектами: определение и цели. Жизненный цикл проекта: инициация, планирование, исполнение, контроль, завершение. Роли в проекте: руководитель, команда, заказчик. Ошибки при управлении проектами.

Тема 2.
Инструменты и методологии

Инструменты управления проектами: Jira, Trello, Asana, Notion, Google Sheets. Методологии: Agile, Scrum, Kanban, waterfall. Как выбрать инструмент и методологию. Ошибки при выборе инструментов.

Дополнительно: Разработка плана проекта

Тема 3.
Коммуникация и взаимодействие

Коммуникация в проекте: каналы, частота, контент. Как выстраивать коммуникацию с командой и заказчиком. Ошибки в коммуникации.

Тема 4.
Управление рисками и изменениями

Управление рисками: определение и виды. Как выявлять риски. Как снижать риски. Управление изменениями: как внедрять изменения в проекте. Ошибки при управлении рисками и изменениями.

Тема 5.
Финальный проект модуля

Финальный проект модуля: управление проектом, инструменты, коммуникация, риски. Защита проекта перед преподавателем.

Модуль 7. Проектный модуль

Тема 1.
Проектный модуль: выбор и постановка задачи

Проектный модуль: выбор и постановка задачи. Выбор проекта: продукт, рынок, клиенты. Как сформулировать задачу. Ошибки при выборе проекта.

Тема 2.
Анализ проекта

Анализ проекта: рынок, конкуренты, аудитория, ценность. Как проводить анализ. Ошибки при анализе проекта.

Дополнительно: Разработка плана проекта

Тема 3.
Разработка стратегии

Разработка стратегии: позиционирование, ценообразование, каналы, метрики. Как разработать стратегию. Ошибки при разработке стратегии.

Тема 4.
Презентация проекта

Презентация проекта: структура, контент, визуальный язык. Как подготовить презентацию. Ошибки при презентации.

Тема 5.
Финальный проект модуля

Финальный проект модуля: проект, анализ, стратегия, презентация. Защита проекта перед преподавателем.