Полная программа

Менеджер продукта в ИТ

Научитесь тестировать гипотезы, проводить UX-исследования, запускать новые продукты.

Длительность курса: 154 часа

Модуль 1. Инструменты мышления продакт-менеджера

Тема 1
Ваш путь в продакт-менеджменте: роль и задачи

Цель занятия
описать, чем занимается продакт менеджер;
познакомиться с процессом обучения;
сформировать представление об итоговом проекте.

Краткое содержание
роль продакт-менеджера;
алгоритм работы продакт-менеджера;
структура курса, требования к проектной работе.

Домашние задания

Целеполагание и выбор проекта
Цель
выбрать учебный проект (B2B или B2C) для дальнейшей работы и подготовки к продуктовому интервью на позицию Product Manager.

Тема 2
Ключевые компетенции продакт-менеджера: карта навыков и план развития

Цель занятия
описать компетенции продакт-менеджера;
использовать карту компетенций в построении ИПР.

Краткое содержание
компетенции продакт-менеджера;
карта компетенций;
построение индивидуального плана развития.

Тема 3
Критическое мышление продакт-менеджера: фреймворки и подходы

Цель занятия
узнать особенности мышления и основные инструменты работы продакт-менеджера;
применять продуктовое мышление в работе.

Краткое содержание
MECE, золотая пирамида.

Тема 4
Генерация продуктовых гипотез: методы и практические кейсы

Цель занятия
генерить гипотезы.

Краткое содержание
User Stories;
источники для генерации гипотез;
формулирование продуктовой гипотезы;
кейсы.

Тема 5
Оценка и приоритизация гипотез: влияние, бэклог и дорожная карта

Цель занятия
оценивать импакт гипотез;
составлять бэклог и ставить приоритеты задачам;
создавать дорожную карту продукта.

Краткое содержание
разбор кейсов по оценке гипотез;
ADCDE, матрица приоритетов;
roadmap;
анализ результатов.

Модуль 2. Запуск нового продукта: подходы, инструменты и CJM

Тема 1
Разработка продуктовой стратегии: Product Roadmap и Vision

Цель занятия
разрабатывать продуктовую стратегию.

Краткое содержание
Product roadmap;
Product Vision.

Домашние задания

Моделирование Product RoadMap
Цель
научиться составлять дорожную карту продукта для B2B/B2C-кейса или личного проекта, чтобы планировать этапы и сроки разработки и эффективно коммуницировать с руководством или инвесторами.

Тема 2
Практикум по созданию Product Vision: миссия и ценности

Цель занятия
создать и защитить Product Vision.

Краткое содержание
миссия и ценности продукта.

Домашние задания

Создание Product Vision
Цель
сформировать видение продукта для B2B/B2C-проекта с учётом целевой аудитории и бизнес-задач.

Тема 3
Стратегическое обоснование продукта: исследования, метрики и аналитика

Цель занятия
сделать обзор продуктовых метрик.

Краткое содержание
основные популярные метрики в продукте: DAU, MAU, CAC, LTV и др.

Тема 4
Пути монетизации продукта

Цель занятия
перечислить модели монетизации;
понимать, как выбрать наилучшую модель для своего продукта.

Краткое содержание
метрики монетизации;
модели монетизации;
как выбрать модель монетизации;
практика.

Домашние задания

Прогноз роста темпа выручки при проектировании модели монетизации
Цель
разработать модель монетизации для B2B-проекта и рассчитать выручку для B2C-проекта с учётом отраслевых примеров.

Тема 5
Оценка рынка и маркетинговые каналы

Цель занятия
оценивать объем рынка и эффективность маркетинговых каналов в продукте.

Краткое содержание
целевой рынок;
маркетинговые каналы дистрибуции;
рекламные сети;
алгоритмы в поисковиках ASO, SEO.

Домашние задания

Выбор и расчёт оптимального канала продаж
Цель
научиться выбирать оптимальный канал продаж и обосновывать выбор через расчёт монетизации и оценку функционала для B2B и B2C проектов.

Тема 6
Конкурентный анализ: методы и инструменты для продакт-менеджера

Цель занятия
описать роль конкурентного анализа;
делать комплексный анализ конкурентов как продакт-менеджер.

Краткое содержание
типология конкурентов;
значение конкурентного анализа;
этапы комплексного конкурентного анализа;
инструменты для анализа конкурентов.

Домашние задания

Конкурентный анализ
Цель
сформировать структурированные данные конкурентного анализа и подготовить презентацию для инвестора с SWOT-анализом, чтобы обосновать позиционирование продукта на рынке.

Тема 7
CustDev: создание сценария интервью

Цель занятия
разобрать кейсы реальных проблем B2C и B2B продуктов;
подготовить список вопросов по фреймворку от преподавателей курса для проектов и гипотез от участников курса;
проектировать сценарий интервью.

Краткое содержание
развитие потребителей (Customer Development);
проблемное интервью;
сегментация пользователей;
как мотивировать пользователей участвовать в интервью;
лайфхаки проведения интервью;
результаты качественного исследования.

Тема 8
Как сделать выводы из пользовательского интервью?

Цель занятия
проводить анализ результатов проведения интервью;
сделать и внедрить выводы в продукт.

Краткое содержание
статистическая значимость;
результат эксперимента;
что делать с результатами.

Тема 9
CustDev: проведение интервью

Цель занятия
провести анализ скриптов и сегментов пользователей от учащихся;
провести несколько интервью;
объяснить, как фиксировать результаты и что с ними делать.

Краткое содержание
проверка скриптов;
практикум проведения интервью между участниками группы: проводим 2-3 онлайн-интервью, подводим итоги и даем обратную связь;
сегментация пользователей.

Домашние задания

CustDev интервью
Цель
разработать скрипт CustDev-интервью и провести опросы для выявления потребностей сегментов B2B и B2C с целью адаптации продукта под запросы аудитории.

Тема 10
Что такое клиентский путь и как его создать?

Цель занятия
описать правила построения CJM;
строить карту использования продукта и эмоций пользователя;
выявлять инсайты, работать с отзывами и сегментировать их на предмет полезности для продукта;
сформулировать план количественного и качественного исследования продукта.

Краткое содержание
место CJM в логике развития продукта;
Business Logic;
CJM;
Service Blueprint;
User Story.

Домашние задания

Создание CJM для своего продукта
Цель
составить карту пути клиента (CJM) для собственного продукта с учётом портретов пользователей и карты эмпатий, чтобы выявлять и устранять барьеры взаимодействия клиента с продуктом.

Тема 11
Как создать макет продукта и провести исследование пользовательского интерфейса?

Цель занятия
описать разницу между проблемным и решенческим интервью;
создавать макет продукта с разной степенью детализации;
провести UX-исследование макета;
сделать реальный макет.

Краткое содержание
инструменты для создания прототипов: Moqups Builder, Invision, Figma;
решенческое интервью;
сегментация пользователей;
прототипы разной точности.

Тема 12
Практическое занятие по Figma: создание интерактивных прототипов

Цель занятия
понимать зачем нужно прототипирование;
представлять что из себя представляет Figma;
создать прототип приложения в Figma.

Краткое содержание
прототип, задачи прототипа;
практика.

Тема 13
Метрики удержания клиентов: Product Market Fit и Retention

Цель занятия
обосновывать создание продукта на основе метрик, аналитики и экономики.

Краткое содержание
product market fit;
retention.

Тема 14
Разбор домашних заданий и ответы на вопросы

Цель занятия
получить обратную связь по продуктам и ДЗ;
разобрать интересные кейсы.

Краткое содержание
обсуждение текущих продуктов.

Модуль 3. Принятие решений на основании данных: метрики, юнит-экономика и LTV

Тема 1
Исследования для продакт-менеджера: количественные и качественные методы

Цель занятия
выбирать разные типы и подходы к исследованию в зависимости от задачи;
создать опросник для развития реального продукта.

Краткое содержание
кабинетные исследования;
глубинные интервью;
опросы и анкетирование;
дизайн спринты.

Тема 2
Продуктовые метрики: сбор, анализ и применение

Цель занятия
организовать сбор аналитики, сделать анализ;
пользоваться основными аналитическими инструментами продакт-менеджера.

Краткое содержание
разбор базовых, второстепенных и комплексных метрик;
примеры применений в разрезах различных направлений и шагов CJM.

Домашние задания

Продуктовые метрики
Цель
научиться проверять гипотезы в B2B-проектах и проектировать дерево метрик в B2C-проектах для оценки эффективности продукта.

Тема 3
Когортный анализ и Lifetime Value (LTV): методы и применение

Цель занятия
объяснить, что такое когортный анализ, время жизни юзера и как правильно считать;
использовать продуктовые выводы, полученные на основе анализа этих метрик при развитии продукта;
сформировать базовый навык построение финансовых моделей: от самых примитивных до продвинутых.

Краткое содержание
когорты;
LTV.

Тема 4
Финансовое моделирование для продакт-менеджера: инструменты и методы

Цель занятия
считать расходы на разработку, поддержку продукта и потенциальный рынок в рамках конкретной фичи и всего продукта.

Краткое содержание
наблюдения о финансовых моделях;
сбор моделей;
обсчет фичей.

Домашние задания

Финансовые модели
Цель
научиться составлять и разбирать базовые финансовые модели для B2B- и B2C-проектов в IT-сфере.

Тема 5
Практикум по финансовому моделированию в Excel и Google Sheets

Цель занятия
формулировать выводы и презентовать бизнесу.

Краткое содержание
основные функции таблиц и распространённые математические формулы.

Тема 6
Юнит-экономика продукта: расчет и анализ

Цель занятия
освоить основы юнит-экономики;
применять юнит-экономику для принятия решений;
избегать распространённых ошибок.

Краткое содержание
понятие и структура юнит-экономики;
сравнение с другими моделями;
основные метрики юнит-экономики.

Домашние задания

UNIT экономика продукта
Цель
рассчитать юнит-экономику для B2B- и B2C-проектов и оценить их прибыльность для принятия решений о масштабировании бизнеса.

Тема 7
Технический анализ метрик: статистика и характеристики

Цель занятия
выбирать правильные метрики, понимать на какие особенности данных нужно обращать внимание;
объяснить, что выбрать: среднее или медиану;
описать, что такое распределение метрик и как на нем видно аутлаеры.

Краткое содержание
характеристики метрик;
главная метрика;
вспомогательные метрики;
дизайн экспериментов.

Тема 8
Практикум по анализу метрик: реальные дашборды компаний

Цель занятия
анализировать метрики и перспективы на конкретных кейсах и продуктах;
сформулировать инсайты на основе метрик и создать сценарии для продукта.

Краткое содержание
закрепим знания продуктовых метрик;
порешаем задачи на аналитику;
освоим разные среды продуктовой аналитики.

Тема 9
А/Б-тестирование: гипотезы, проведение и интерпретация

Цель занятия
придумывать и запускать разные формации А/Б-тестов;
интерпретировать результаты, принимать решения по итогам тестов.

Краткое содержание
зачем нужны А/В-тесты;
дизайн эксперимента;
выбор метрик;
интерпретация результатов.

Домашние задания

Метод количественной проверки гипотез (АВ-тесты)
Цель
сформулировать и структурировать гипотезы для А/В-тестирования в B2B и B2C-проектах с целью оптимизации продуктовых решений на основе данных.

Тема 10
Обратная связь и NPS: анализ и улучшение продукта

Цель занятия
системно обрабатывать обратную связь;
управлять каналами обратной связи.

Краткое содержание
ценность обратной связи;
форматы и каналы обратной связи;
работа с обратной связью;
NPS. Поддержка продукта;
непрерывные улучшения и ОС внутри команды.

Домашние задания

Обратная связь и NPS пользователей
Цель
составить вопросы для сбора обратной связи от клиентов B2B- и B2C-проектов с целью оценки NPS и анализа существующих фич.

Тема 11
Разбор домашних заданий и ответы на вопросы

Цель занятия
получить обратную связь по продуктам и ДЗ; разобрать интересные кейсы.

Краткое содержание
обсуждение текущих продуктов.

Модуль 4. Инструменты управления продуктом: Agile, Scrum и HADI-циклы

Тема 1
Гибкие методологии управления: Agile и Scrum

Цель занятия
описать гибкие методологии управления продуктами (Agile, Kanban);
пользоваться системами управления проектами в рамках этих методологий.

Краткое содержание
Agile;
Scrum;
роли, события и артефакты.

Домашние задания

Гибкие методологии
Цель
проверить знания основ гибких методологий для их дальнейшего применения в управлении IT-проектами.

Тема 2
Управление процессами и конфликтами в команде разработки

Цель занятия
коммуницировать и добиваться результатов от разных команд, создающих продукт (разработчики, дизайнеры и тестировщики).

Краткое содержание
как решать конфликты;
почему люди не делают задачи;
инструменты, которые помогают понять людей;
мотивация команды;
лайфхаки из Европы, QLean, OZON, Яндекс.

Домашние задания

Разрешение проблем с командой разработки
Цель
отработать навыки системного решения рабочих конфликтов и построения планов развития сотрудников для повышения эффективности IT-проекта.

Тема 3
Взаимодействие с маркетологами и SEO-специалистами для решения продуктовых задач

Цель занятия
проанализировать чек-лист для анализа влияния фич на поисковых траффик;
эффективно взаимодействовать с интернет-маркетологами.

Краткое содержание
взаимодействие с маркетологами и SEO-специалистами.
особенности генерации лидов.

Тема 4
Устойчивая разработка продукта: мониторинг и пост-аналитика

Цель занятия
настроить мониторинг, чтобы видеть все значимые изменения в продукте и выявлять проблемы на ранней стадии;
объяснить, как делать правильные выводы и не повторять ошибок.

Краткое содержание
технический мониторинг;
мониторинг продукта;
работа с post mortem.

Тема 5
Превращение гипотез в задачи: MVP и HADI-циклы

Цель занятия
сформулировать минимальный необходимый продукт для проверки гипотезы и успеха УТП;
разобрать MVP успешных продуктов;
написать тикеты на дизайн и разработку.

Краткое содержание
MVP продукты;
HADI циклы;
другие модели минимальных продуктов.

Модуль 5. Проектный модуль

Тема 1
Вводное занятие по учебному проекту

Цель занятия
сформировать представление о защите проектов.

Краткое содержание
вводные по защите;
ключевые итоги курса.

Домашние задания

Проектная работа
Цель
отработать навыки презентации продуктовой истории для инвесторов и прохождения собеседования на позицию middle product manager.

Тема 2
Как увеличить свою ценность как сотрудника для компании?

Цель занятия
сформулировать перечень компетенций для резюме.

Краткое содержание
резюме продакта;
лайфхаки отбора и собеседования;
перспективы и рост.

Тема 3
Защита проектных работ: презентация и обратная связь

Цель занятия
провести защиту спроектированных и созданных продуктов;
получить обратную связь и понять, как развивать продукт и свои компетенции продакта.

Краткое содержание
презентация проектов перед комиссией;
вопросы и комментарии по проектам.

Тема 4
Как провести интервью для позиции продакт-менеджера?

Цель занятия
проводить интервью на позицию продакт-менеджера.

Краткое содержание
стратегия и тактика проведения интервью.