Полная программа

Product Manager IT-проектов

Научитесь тестировать гипотезы, проводить UX-исследования, запускать новые продукты. 20 реальных кейсов из OZON, Яндекс.Деньги, Litres, TransferWise. Пробное собеседование в OZON.

Длительность курса: 154 часа

Модуль 1. Инструменты мышления продакт-менеджера

Тема 1

Зачем нужен продакт-менеджер? Роль менеджера по продукту в бизнесе

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

поставить личные цели на курс;
выбрать кейс для проектной работы.

Тема 2

Что должен уметь продакт-менеджер? Компетенции менеджера по продукту

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 как основа деятельности менеджера по продукту

Цель занятия

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

Краткое содержание

MECE, золотая пирамида.

Тема 4

Как генерировать продуктовые гипотезы и что это такое?

Цель занятия

генерить гипотезы.

Краткое содержание

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

Тема 5

Как определить место гипотезы в списке приоритетов бизнеса?

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. Вывод нового продукта на рынок

Тема 1

Как составить продуктовую стратегию?

Цель занятия

разрабатывать продуктовую стратегию.

Краткое содержание

Product roadmap;
Product Vision.

Домашние задания

Моделирование Product RoadMap

Цель

Построить product roadmap (карту производства продукта) сгенерированного случайным образом продукта.

Тема 2

Как составить продуктовую стратегию? Практикум

Цель занятия

создать и защитить Product Vision.

Краткое содержание

миссия и ценности продукта.

Домашние задания

Создание Product Vision

Цель

спроектировать Product Vision сгенерированного продукта.

Тема 3

Как обосновать создание продукта? На основе продуктовых метрик, аналитики и экономики

Цель занятия

сделать обзор продуктовых метрик.

Краткое содержание

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

Тема 4

Как продукт зарабатывает деньги: пути монетизации

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

B2B: распределить функционал по версиям ПО для разных типов клиентов;
B2C: рассчитать выручку с модели монетизации.

Тема 5

Как понять сколько потенциально у продукта может быть клиентов: маркетинговые каналы и объём рынка

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

провести сценарный анализ, проанализировать результаты, прокоммуницировать результат анализа руководству.

Тема 6

Как проанализировать конкурентов продукта?

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

сделать конкурентный анализ для вашего продукта.

Тема 7

Как написать сценарий пользовательского 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 провести интервью с пользователем?

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

подготовить скрипт для CustDev интервью.

Тема 9

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 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

Создать CJM для своего продукта.

Тема 11

Как использовать Figma для создания макета пользовательского интерфейса?

Цель занятия

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

Краткое содержание

прототип, задачи прототипа;
практика.

Тема 12

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 13

Разбор домашних заданий и ответы на вопросы

Цель занятия

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

Краткое содержание

обсуждение текущих продуктов.

Тема 14

Product Market Fit и Retention

Цель занятия

обосновывать создание продукта на основе метрик, аналитики и экономики.

Краткое содержание

product market fit;
retention.

Модуль 3. Принятие решений

Тема 1

Что такое сценарий количественного и качественного исследования для фокус-группы и как его создать?

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

Как применять продуктовые метрики?

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

посчитать продуктовые метрики.

Тема 3

Как меняется поведение клиента, в зависимости от источника и даты его появления в продукте? Когортный анализ и жизненный цикл клиента

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

Как составить финансовую модель продукта и для чего она нужна?

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

Составить финансовую модель.

Тема 5

Как применять Excel / google-таблицы для финансового моделирования?

Цель занятия

формулировать выводы и презентовать бизнесу.

Краткое содержание

основные функции таблиц и распространённые математические формулы.

Тема 6

Что такое юнит-экономика продукта и для чего она нужна?

Цель занятия

подсчитать UNIT-экономику для разных продуктов, в том числе для своих, проверить и обсудить.

Краткое содержание

понятие и структура юнит-экономики;
собираем модели вместе;
кейсы;
визуализируем юнит-косты.

Домашние задания

UNIT экономика продукта

Цель

Посчитать unit экономику.

Тема 7

Как разные компании работают с метриками продукта?

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

Какие есть кейсы анализа метрик на практике?

Цель занятия

анализировать метрики и перспективы на конкретных кейсах и продуктах;
сформулировать инсайты на основе метрик и создать сценарии для продукта, как это делают в OZON и не только.

Краткое содержание

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

Тема 9

Что такое, как сформулировать и как провести A-B тест? Как понять результаты A-B теста?

Цель занятия

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

Краткое содержание

зачем нужны A/B-тесты;
дизайн эксперимента;
выбор метрик;
интерпретация результатов.

Домашние задания

Метод количественной проверки гипотез (AB-тесты)

Цель

Провести AB-тесты.

Тема 10

Как собрать и проанализировать обратную связь и превратить её в данные?

Цель занятия

анализировать отзывы и улучшать продукт на основе них.

Краткое содержание

обратная связь;
публичные отзывы;
NPS, управление контекстом;
поддержка продукта;
отзывы с App Store реального продукта;
построение техподдержки продукта;
обучение на реальных кейсах с отзывами продуктов.

Домашние задания

Обратная связь и NPS пользователей

Цель

подготовить NPS survey for users.

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

Тема 1

Как применять гибкие методологии и Agile в работе продакт-менеджера?

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

Закрепить понимание по гибким методологиям.

Тема 2

Какие проблемы возникают у команды разработки и менеджера по продукту?

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

Решить кейсы.

Тема 3

Как взаимодействовать с маркетологами и SEO-специалистами и решить свои продуктовые задачи?

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

Как выстроить мониторинг продукта и сделать его отказоустойчивым?

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

Как превращать продуктовые гипотезы 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

Презентовать продукт со всеми пройденными этапами разработки.

Тема 2

Как найти работу?

Цель занятия

сформулировать перечень компетенций для резюме.

Краткое содержание

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

Тема 3

Защита проектных работ

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 пройти собеседование на работе мечты?

Цель занятия

студенты, которые подготовили учебный проект проходят собеседование на позицию Product Manager с преподавателями.

Краткое содержание

прохождение собеседования;
разбор плюсов и минусов.