

Продакт-менеджер для специалистов с опытом

Продолжительность курса — 4 месяца

00

Бесплатный
вводный модуль

1 неделя

01

Discovery
и процессы в команде

7 недель

02

Продвижение
и рост продукта

7 недель

03

Защита дипломного проекта

2 недели

00

Бесплатный вводный модуль

Спринт 0

Как всё устроено. Знакомство с процессом обучения на курсе

- Где я?
- Как устроено обучение?
- Команда сопровождения
- Практические задания
- Часто задаваемые вопросы

Погружение в продуктовый менеджмент

- Что такое цифровой продукт, его цели и задачи
- Жизненный цикл продукта
- Разработка продукта: процесс Discovery
- Разработка продукта: процесс Delivery
- Роль и функции продакт-менеджера
- Оценка своих текущих навыков
- Векторы развития в профессии

45 минут

Тестирование

Вступительное тестирование для оценки навыков



Спринт 1

2 недели

Исследование рынка. Экономика и бизнес-модель продукта

Исследование рынка

- Введение в исследования рынка
- Ключевые параметры рынка
- Методы исследования рынка
- Первичный и вторичный анализ рынка
- Анализ конкурентов
- Анализ аудитории
- Анализ трендов рынка
- Определение размера рынка
- Этапы исследования рынка. Сценарный анализ

Экономика и бизнес-модель продукта

- Что такое бизнес-модель
- Business Model Canvas
- Популярные бизнес-модели
- Популярные модели монетизации
- Введение в юнит-экономику
- Юнит-экономика: общая выручка
- Юнит-экономика: общие расходы
- Юнит-экономика: сходимость

Воркшопы

- Знакомство с наставниками и куратором. Погружение в процесс обучения на курсе
- Применение юнит-экономики для продуктовых задач

Проектная работа:

Студенты на основе данных проводят исследование рынка одного из продуктов на выбор – B2C или B2B. Определяют и описывают сегменты широкой аудитории продукта, трендов рынка и конкурентов. Определяют бизнес-модель выбранного продукта. Рассчитывают юнит-экономику.



Продуктовые исследования и аналитика

Продуктовые исследования

- Введение в продуктовые исследования
- Старт исследования: цели и гипотезы
- Глубинные интервью
- Опросы
- Юзабилити-тестирование
- Фреймворки для описания аудитории и сценариев

Продуктовая аналитика

- Выбор ключевой метрики на основе модели монетизации
- Выбор ключевой метрики на основе стадии развития продукта
- Модели продукта: дерево метрик, юнит-экономика и retention
- Цикл жизни фичи
- Оценка эффекта фичи до запуска
- A/B-тестирование
- Инструменты продуктовой аналитики

Воркшопы

- Проверка гипотез с помощью глубинного интервью
- Формирование продуктовых гипотез на основе выводов из аналитики

Проектная работа

Студенты на основе бизнес-цели выбранного продукта составляют план исследований и проводят их. Определяют ключевые метрики выбранного продукта, строят дерево метрик и проводят оценку фичи до запуска на основе предоставленных данных.



Спринт 3

2 недели

Дизайн. Команда разработки. Бэклог

Дизайн и прототипирование

- Ключевые принципы дизайна цифровых продуктов
- Проектирование пользовательского опыта
- Виды прототипов по степени детализации
- Инструменты для прототипирования и дизайна
- Взаимодействие с продуктовым дизайнером

Взаимодействие с командой разработки

- Целевая версия продукта
- Roadmap. Описание требований
- Этапы разработки фичи
- Модели разработки. Фреймворки Agile
- Роли в скрам-команде
- Структура спринта в скраме
- Инструменты скрама. Этапы внедрения скрама
- Форматы постановки задачи разработчикам

Продуктовый бэклог

- Введение в продуктовый бэклог
- Источники гипотез для бэклога
- Путь гипотезы до элемента бэклога
- Техники приоритизации бэклога

Воркшопы

- Создание user flow и mid-fi прототипов
- Приоритизация бэклога на практике

Проектная работа

Студенты составляют user flow и готовят прототипы фичи. Создают user story и roadmap для команды разработки. Формируют ранжированный по приоритетам дискавери-бэклог продукта.

Каникулы —————> 1 неделя



Спринт 4

2 недели

Продуктовый маркетинг. Product Growth

Продуктовый маркетинг

- Маркетинг на разных стадиях развития продукта
- Маркетинговая воронка AARRR
- Офлайн-каналы привлечения клиентов
- Онлайн-каналы привлечения клиентов
- Позиционирование, УТП и оффер

Product Growth

- Что такое product growth?
- Оптимизация продуктовых воронок
- Эксперименты с подписной моделью
- Эксперименты с транзакционной и рекламной моделями
- Модели роста продукта
- Фреймворк product-led growth. Онбординг
- Фреймворк product-led growth. От активации до роста
- Сколько стоит проверка гипотезы. Образы мышления
- Growth hacking

Воркшопы

- AMA-сессия
- Формирование продуктовой воронки и оценка гипотез её улучшения

Проектная работа

Студенты готовят базовый маркетинговый план продвижения выбранного продукта. Создают план и гипотезы по росту продукта.



Стейкхолдер-менеджмент. Управление портфелем продуктов

Коммуникация со стейкхолдерами

- Кто такие стейкхолдеры и почему важно с ними работать?
- Типы стейкхолдеров
- Взаимодействие со стейкхолдерами
- Роль продакт-менеджера. Подводные камни

Управление портфелем продуктов

- Продуктовые команды в компаниях
- Понятие и примеры портфеля продуктов
- Принципы формирования портфеля продуктов
- Приоритизация внутри портфеля продуктов
- Задачи руководителя продукта. Структура команды продактов
- Управление продакт-менеджерами
- Процессы в продуктовых командах
- Целеполагание в продуктовых командах

Воркшопы

- Определение ключевых стейкхолдеров и стратегии взаимодействия с ними
- Навыки работы с обратной связью

Проектная работа

Студенты определяют стейкхолдеров, строят матрицу и определяют тип взаимодействия. Описывают портфель продуктов.



Спринт 6

2 недели

Стратегия развития продукта

Стратегия развития продукта

- Понятие и цели стратегии продукта
- Стратегия на разных стадиях. До роста
- Стратегия на разных стадиях. Зрелость и спад
- Ключевые вопросы о стратегии
- Исследование рынка, конкурентов и трендов
- Целевая аудитория и её потребности
- Миссия, видение и стратегические цели
- УТП и дифференциаторы продукта
- Маркетинговая стратегия продукта
- Бизнес-модель, экономика и P&L продукта
- План реализации стратегии
- Roadmap и необходимые ресурсы

Воркшопы

- АМА-сессия

Проектная работа

Студенты составляют стратегию развития продукта: определяют долгосрочные бизнес-цели, инициативы для их достижения и ресурсы.

Каникулы —————> 1 неделя



Спринт 7

2 недели

Защита дипломного проекта

- Дипломный проект
- Защита дипломного проекта
- Итоги курса

Дипломный проект

Студенты собирают и защищают выработанные во время обучения продуктовые решения и получают обратную связь от экспертов.