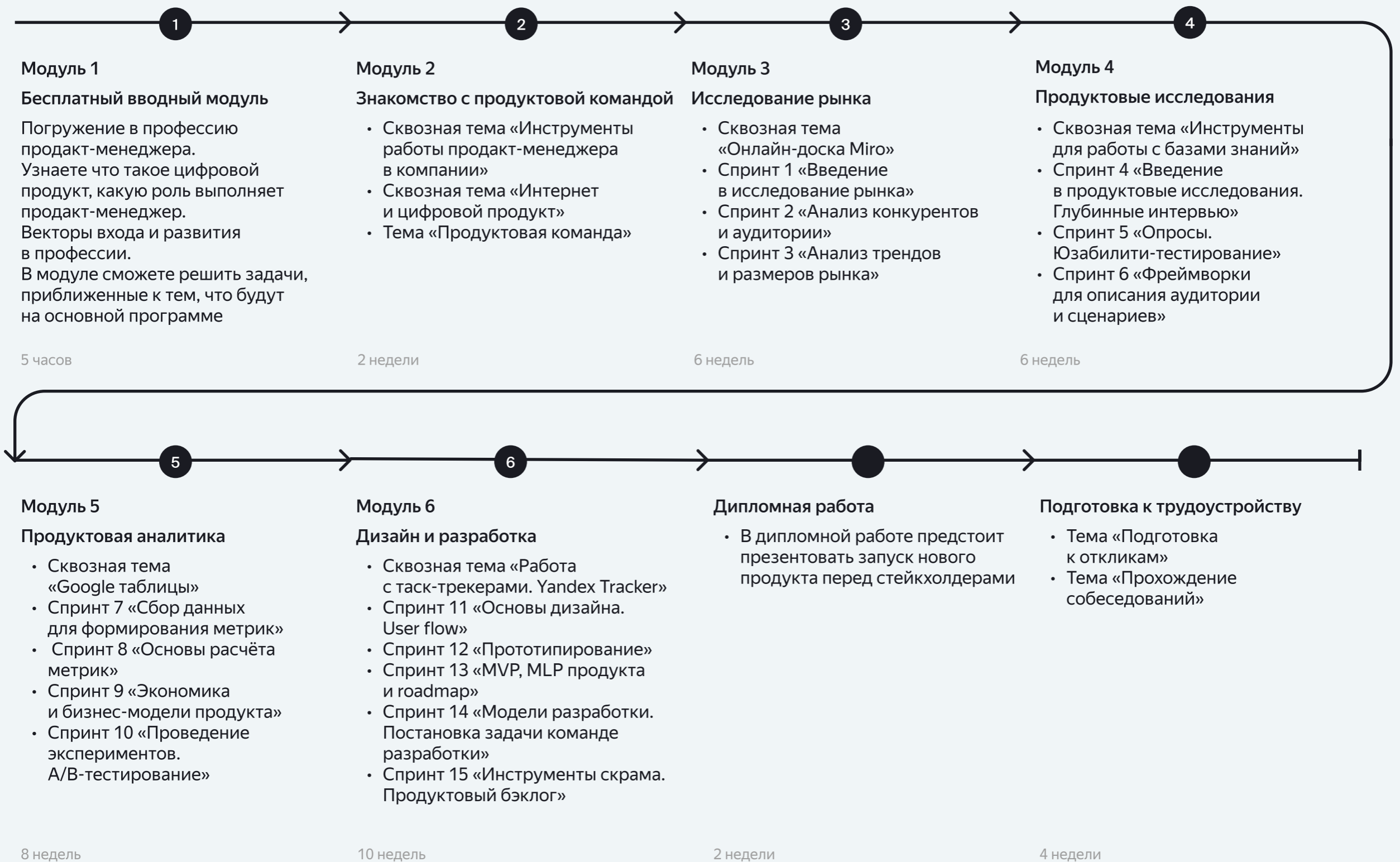


Продакт-менеджер с нуля



1 Модуль 1.

Бесплатный вводный модуль

Погружение в профессию продакт-менеджера.

Спринты и темы

- Цифровой продукт
- Роль и функции продакт-менеджера
- День из жизни продакт-менеджера
- Векторы входа в профессию
- Векторы развития в профессии

1 неделя, 5 часов

Формы работы:

- теория
- тренажер

② Модуль 2.

2 недели, 35 часов, 19 уроков

Знакомство с продуктовой командой

Спринты и темы

Сквозная тема «Инструменты работы продакт-менеджера в компании»

- Почта
- Облачное хранилище
- Мессенджер
- Видео-звонки
- YandexGPT. Основы пользования
- YandexGPT. Техники промптинга

Сквозная тема «Интернет и цифровой продукт»

- Что такое интернет?
- Техническое устройство интернета
- Защита данных в интернете
- Погружение в цифровые продукты
- Жизненный цикл цифрового продукта
- Особенности веб-приложений
- Особенности мобильных приложений

Тема «Продуктовая команда»

- Что такое продуктовая команда?
- Состав продуктовой команды
- Работа с членами продуктовой команды
- Работа продуктовой команды на стадии подготовки и внедрения
- Работа продуктовой команды на стадии роста и зрелости
- Место продуктовой команды в компании

Формы работы:

- теория
- тренажер
- практические занятия (Q&A встреча с экспертами)

③ Модуль 3.

6 недель, 55 часов, 27 уроков

Исследование рынка

Спринты и темы

Сквозная тема «Онлайн-доска Miro»

- Проверка ключевых навыков в Miro
- Основы работы в Miro
- Рекомендации по оформлению Miro
- Галерея шаблонов Miro
- Совместная работа на доске в Miro с другими участниками
- Полезные приложения Miro
- Финальное практическое задание

Спринт 1 «Введение в исследование рынка»

- Что такое рынок?
- Ключевые параметры рынка
- Анализ и оценка факторов
- Спрос и его ключевые параметры
- Предложение и его ключевые параметры
- Жизненный цикл рынка
- Методы исследования рынка
- Первичные исследования рынка
- Вторичные исследования рынка
- Алгоритм исследования рынка

Формы работы:

- теория
- тренажер
- практические занятия (3 воркшоп и Q&A встреча с экспертами)
- 2 проектных задания

Спринты и темы

Спринт 2 «Анализ конкурентов и аудитории»

- Кто такие конкуренты?
- Определение цели исследования конкурентов
- Выявление прямых и непрямых конкурентов
- Сбор информации о конкурентах
- Формирование выводов по анализу конкурентов. SWOT-анализ
- Как определить свою аудиторию?
- Что такое сегментация рынка и зачем она нужна?

Спринт 3 «Анализ трендов и размеров рынка»

- Что такое тренд? Виды трендов
- Подходы к выявлению трендов
- Ключевые источники трендов
- Формирование выводов
- Подсчёт общего объёма рынка (TAM)
- Подсчёт доступного объёма рынка (SAM)
- Подсчёт реально достижимого объёма рынка (SOM)
- Сценарный анализ

4 Модуль 4.

Продуктовые исследования

Спринты и темы

Сквозная тема «Инструменты для работы с базами знаний»

- Проверка ключевых навыков в Confluence и Notion
- Работа с пространствами Confluence
- Работа со страницами Confluence
- Работа с пространствами Notion
- Работа со страницами Notion
- Финальное практическое задание

Спринт 4 «Введение в продуктовые исследования. Глубинные интервью»

- Что такое продуктовые исследования?
- Цели исследования
- Гипотезы исследования
- Дизайн исследования
- Аудитория исследования
- Подготовка глубинного интервью
- Проведение глубинного интервью
- Анализ результатов глубинного интервью

Спринт 5 «Опросы. Юзабилити-тестирование»

- Что такое опрос?
- Подготовка анкеты для опроса
- Формирование выборки для опроса
- Проведение и обработка результатов опроса
- Что такое юзабилити-тестирование
- Подготовка к юзабилити-тестированию
- Проведение и обработка результатов юзабилити-тестирования

Спринт 6 «Фреймворки для описания аудитории и сценариев»

- Основы методологии Jobs-To-Be-Done
- Job story
- Empathy map
- Customer Journey Map (3 части)

6 недель, 60 часов, 27 уроков

Формы работы:

- теория
- тренажер
- практические занятия (3 воркшопа и Q&A встреча с экспертами)
- 3 проектных задания

5 Модуль 5.

8 недель, 70 часов, 31 урок

Продуктовая аналитика

Спринты и темы

Сквозная тема «Google таблицы»

- Проверка ключевых навыков в Google таблицах
- Знакомство с Google Таблицами
- Базовые возможности Google Таблиц для расчета данных
- Продвинутые возможности Google таблиц

Спринт 7 «Сбор данных для формирования метрик»

- Как устроен сбор данных?
- Работа с базами данных
- Типы источников данных
- Основы запросов на SQL
- Системы BI-отчетности
- Работа с Яндекс Метрикой

Спринт 8 «Основы расчёта метрик»

- Что такое метрика?
- Метрики аудитории и вовлеченности
- Метрики удовлетворенности и монетизации
- Дерево метрик и метрика северной звезды
- Расчет метрик в Google Таблицах
- Ключевые метрики на основе стадии развития продукта

Спринт 9 «Экономика и бизнес-модели продукта»

- Знакомство с бизнес-моделями продукта
- Популярные бизнес-модели
- Специфические метрики бизнес-моделей
- Популярные модели монетизации
- Специфические метрики для моделей монетизации
- Что такое юнит-экономика?
- Учет доходов в юнит-экономике
- Сходимость и оптимизация юнит-экономики

Спринт 10 «Проведение экспериментов. A/B-тестирование»

- Что такое продуктовая гипотеза и эксперимент?
- Правила проведения A/B-тестов
- HADI цикл для проведения экспериментов
- Дизайн эксперимента и оценка влияния фичи до запуска
- Запуск эксперимента и подведение его итогов

Формы работы:

- теория
- тренажер
- практические занятия (4 воркшопа и Q&A встреча с экспертами)
- 4 проектных задания

⑥ Модуль 6.

Дизайн и разработка

Спринты и темы

Сквозная тема «Работа с таск-трекерами. Яндекс Трекер»

- Проверка ключевых навыков в Яндекс Трекере
- Начало работы с Яндекс Трекером
- Работа продуктовой команды в Трекере
- Адаптация доски под процессы продуктовой команды
- Финальное практическое задание

Спринт 11 «Основы дизайна. User flow»

- Дизайн цифровых продуктов
- Роль дизайнера в продуктовой команде
- Постановка задачи дизайнеру
- Проектирование пользовательского опыта
- Дизайн-мышление как основной фреймворк работы над продуктом
- Что такое user flow?
- Собираем user flow в Miro

Спринт 12 «Прототипирование»

- Что такое прототип?
- Виды прототипов по степени детализации
- Алгоритм создания mid-fi прототипа
- Инструменты для создания mid-fi прототипов. Figma

Спринт 13 «MVP, MLP продукта и roadmap»

- Что такое MVP?
- Виды MVP
- Алгоритм создания MVP
- Что такое MLP?
- Roadmap и ее разновидности

Спринт 14 «Модели разработки.

Постановка задачи команде разработки»

- Модели разработки. Agile и Waterfall
- Методологии Agile
- Постановка задач команде разработки
- Правила коммуникации внутри команды разработки

Спринт 15 «Инструменты скрама. Продуктовый бэклог»

- Структура спринта в скраме
- Источники гипотез для бэклога
- Техники приоритизации бэклога
- User story mapping — Оценивание задач

10 недель, 95 часов, 30 уроков

Формы работы:

- теория
- тренажер
- практические занятия (5 воркшопа и Q&A встреча с экспертами)
- 5 проектных задания

Дипломная работа

2 недели, самостоятельная работа

В дипломной работе предстоит защитить идею и план реализации разработанного продукта с нуля перед продуктовым комитетом.

Подготовка к трудоустройству

4 недели, 30 часов, 10 уроков

Спринты и темы

Спринт «Подготовка к откликам»

- Процесс поиска работы
- Стратегия, целеполагание, рефлексия
- Рынок труда
- Где и как искать работу продакт-менеджером
- Подготовка резюме
- Сопроводительное письмо

Спринт «Прохождение собеседований»

- Коммуникация с рекрутером и тестовое задание
- Подготовка к собеседованию
- Soft-навыки и деньги
- Испытательный срок

Формы работы:

- теория
- тренажер
- практические занятия (2 воркшопа и Q&A встреча с экспертами)
- 1 проектное задание