

# Продакт-менеджер с нуля, расширенный

12 месяцев

продолжительность курса

19 проектов

в портфолио



01	Бесплатный вводный модуль	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Погружение в профессию продакт-менеджера</li> <li>• Узнаете, что такое цифровой продукт, какую роль выполняет продакт-менеджер</li> <li>• Векторы входа и развития в профессии</li> <li>• В модуле сможете решить задачи, приближённые к тем, что будут на основной программе</li> </ul>	5 часов
	Ключевые инструменты продакт-менеджера (факультативный курс)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Интернет и цифровой продукт</li> <li>• Инструменты работы продакт-менеджера</li> <li>• Онлайн-доска Miro</li> <li>• Инструменты для работы с базами знаний</li> <li>• Google Таблицы</li> <li>• Работа с таск-трекерами. Yandex Tracker</li> </ul>	сквозной
02	Знакомство с продуктовой командой (факультативный курс)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Продуктовая команда</li> <li>• Работа продуктовой команды на стадиях подготовки и внедрения</li> <li>• Работа продуктовой команды на стадиях роста и зрелости</li> </ul>	
03	Исследование рынка	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Введение в исследование рынка</li> <li>• Анализ конкурентов и аудитории</li> <li>• Анализ трендов и размеров рынка</li> </ul>	6 недель
04	Продуктовые исследования	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Введение в продуктовые исследования. Глубинные интервью</li> <li>• Опросы. Юзабилити-тестирование</li> <li>• Фреймворки для описания аудитории и сценариев</li> </ul>	6 недель
05	Продуктовая аналитика	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Сбор данных для формирования метрик</li> <li>• Основы расчёта метрик</li> <li>• Экономика и бизнес-модели продукта</li> <li>• Проведение экспериментов. A/B-тестирование</li> </ul>	8 недель
06	Дизайн и разработка	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Основы дизайна. User flow</li> <li>• Прототипирование</li> <li>• MVP, MLP продукта и roadmap</li> <li>• Постановка задачи команде разработки</li> <li>• Модели разработки. Продуктовый бэклог</li> <li>• Лидерство и управление командой разработки</li> <li>• Усиление командной эффективности</li> </ul>	14 недель

# Продакт-менеджер с нуля, расширенный

12 месяцев

продолжительность курса

19 проектов

в портфолио



07	Мягкие навыки менеджера продукта	<ul style="list-style-type: none"><li>• Собираем команду и ставим задачу</li><li>• Коммуникация в проекте</li><li>• Аргументация</li><li>• Сложные переговоры</li><li>• Планирование коммуникации</li></ul>	сквозной 30 часов
08	Продуктовый маркетинг	<ul style="list-style-type: none"><li>• Основы продуктового маркетинга</li><li>• Маркетинговая стратегия (GTM)</li><li>• Каналы коммуникации</li><li>• Аналитика</li></ul>	10 недель
09	Практические кейсы Кинопоиска	<ul style="list-style-type: none"><li>• Выполнение заданий сквозного проекта</li></ul>	
10	Дипломная работа	<ul style="list-style-type: none"><li>• Защита диплома</li></ul>	2 недели
11	Продуктовая аналитика в SQL	<ul style="list-style-type: none"><li>• Срезы данных в SQL</li><li>• Агрегатные функции. Группировка и сортировка данных</li><li>• Взаимоотношения между таблицами</li><li>• Подзапросы и временные таблицы</li></ul>	40 часов

# Погружение в профессию продакт-менеджера.

## Бесплатная часть

01

[5 часов]

Погружение в профессию продакт-менеджера.

Формат работы  
Теория, тренажёр

## Содержание модуля

01	Погружение в профессию продакт-менеджера	<ul style="list-style-type: none"><li>• Цифровой продукт</li><li>• Роль и функции продакт-менеджера</li><li>• День из жизни продакт-менеджера</li><li>• Векторы входа в профессию</li><li>• Векторы развития в профессии</li></ul>
----	--	--

# Ключевые инструменты продакт-менеджера

## (факультативный курс)

[сквозной]

Начнёте уверенно пользоваться ключевыми инструментами продакт-менеджера.

Формат работы  
Теория

## Содержание модуля

01	Интернет и цифровой продукт	<ul style="list-style-type: none"><li>• Что такое интернет?</li><li>• Техническое устройство интернета</li><li>• Защита данных в интернете</li><li>• Погружение в цифровые продукты</li><li>• Жизненный цикл цифрового продукта</li><li>• Особенности веб-приложений</li><li>• Особенности мобильных приложений</li></ul>
02	Инструменты работы продакт-менеджера в компании	<ul style="list-style-type: none"><li>• Почта</li><li>• Облачное хранилище</li><li>• Мессенджер</li><li>• Видеозвонки</li><li>• YandexGPT. Основы пользования</li><li>• YandexGPT. Техники промптинга</li></ul>

# Содержание модуля

---

03	Онлайн-доска Miro	<ul style="list-style-type: none"><li>• Проверка ключевых навыков в Miro</li><li>• Основы работы в Miro</li><li>• Рекомендации по оформлению Miro</li><li>• Галерея шаблонов Miro</li><li>• Совместная работа на доске в Miro с другими участниками</li><li>• Полезные приложения Miro</li><li>• Финальное практическое задание</li></ul>
04	Инструменты для работы с базами знаний	<ul style="list-style-type: none"><li>• Проверка ключевых навыков в Yandex Wiki</li><li>• Работа с пространствами Yandex Wiki</li><li>• Работа со страницами Yandex Wiki</li><li>• Финальное практическое задание</li></ul>
05	Google Таблицы	<ul style="list-style-type: none"><li>• Проверка ключевых навыков в Google Таблицах</li><li>• Знакомство с Google Таблицами</li><li>• Базовые возможности Google Таблиц для расчёта данных</li><li>• Продвинутое возможности Google Таблиц</li></ul>
06	Работа с таск-трекерами. Yandex Tracker	<ul style="list-style-type: none"><li>• Проверка ключевых навыков в Yandex Tracker</li><li>• Начало работы с Yandex Tracker</li><li>• Работа продуктовой команды в Tracker</li><li>• Адаптация доски под процессы продуктовой команды</li><li>• Финальное практическое задание</li></ul>

---

## Знакомство с продуктовой командой (факультативный курс)

02

### Формат работы

Теория, тренажёр, практические занятия (Q&A-встреча с экспертами), 1 проектное задание

Научитесь выбирать тип разрабатываемого приложения на основе вводных данных и собирать продуктивную команду.

# Содержание модуля

---

00	Продуктовая команда	<ul style="list-style-type: none"><li>• Что такое продуктовая команда?</li><li>• Состав продуктовой команды</li><li>• Работа с членами продуктовой команды</li><li>• Работа продуктовой команды на стадии подготовки и внедрения</li><li>• Работа продуктовой команды на стадии роста и зрелости</li><li>• Место продуктовой команды в компании</li></ul>
----	---------------------	---

---

## [6 недель]

### Формат работы

Теория, тренажёр,  
практические занятия  
(4 воркшопа и Q&A-встреча  
с экспертами), 2 проектных  
задания

Посчитаете общий, доступный и реально достижимый объёмы рынка для продукта B2C и проанализируете ключевой тренд.

## Содержание модуля

01	Введение в исследование рынка	<ul style="list-style-type: none"><li>• Что такое рынок?</li><li>• Ключевые параметры рынка</li><li>• Анализ и оценка факторов</li><li>• Спрос и его ключевые параметры</li><li>• Предложение и его ключевые параметры</li><li>• Жизненный цикл рынка</li><li>• Методы исследования рынка</li><li>• Первичные исследования рынка</li><li>• Вторичные исследования рынка</li><li>• Алгоритм исследования рынка</li></ul>
02	Анализ конкурентов и аудитории	<ul style="list-style-type: none"><li>• Кто такие конкуренты?</li><li>• Определение цели исследования конкурентов</li><li>• Выявление прямых и непрямых конкурентов</li><li>• Сбор информации о конкурентах</li><li>• Формирование выводов по анализу конкурентов. SWOT-анализ</li><li>• Как определить свою аудиторию?</li><li>• Что такое сегментация рынка и зачем она нужна?</li></ul>
03	Анализ трендов и размеров рынка	<ul style="list-style-type: none"><li>• Что такое тренд? Виды трендов</li><li>• Подходы к выявлению трендов</li><li>• Ключевые источники трендов</li><li>• Формирование выводов</li><li>• Подсчёт общего объёма рынка (TAM)</li><li>• Подсчёт доступного объёма рынка (SAM)</li><li>• Подсчёт реально достижимого объёма рынка (SOM)</li><li>• Сценарный анализ</li></ul>

## [6 недель]

### Формат работы

Теория, тренажёр,  
практические занятия  
(3 воркшопа и Q&A-встреча  
с экспертами),  
3 проектных задания

Составите гипотезы, проведёте глубинные интервью и юзабилити-тестирование на реальных интерфейсах. Сформулируете Job Story продукта на разных уровнях.

## Содержание модуля

04	Введение в продуктовые исследования. Глубинные интервью	<ul style="list-style-type: none"><li>• Что такое продуктовые исследования?</li><li>• Цели исследования</li><li>• Гипотезы исследования</li><li>• Дизайн исследования</li><li>• Аудитория исследования</li><li>• Подготовка глубинного интервью</li><li>• Проведение глубинного интервью</li><li>• Анализ результатов глубинного интервью</li></ul>
05	Опросы. Юзабилити-тестирование	<ul style="list-style-type: none"><li>• Что такое опрос?</li><li>• Подготовка анкеты для опроса</li><li>• Формирование выборки для опроса</li><li>• Проведение и обработка результатов опроса</li><li>• Что такое юзабилити-тестирование</li><li>• Подготовка к юзабилити-тестированию</li><li>• Проведение и обработка результатов юзабилити-тестирования</li></ul>
06	Фреймворки для описания аудитории и сценариев	<ul style="list-style-type: none"><li>• Основы методологии Jobs-To-Be-Done</li><li>• Job story</li><li>• Empathy map</li><li>• Customer Journey Map (3 части)</li></ul>

## [8 недель]

### Формат работы

Теория, тренажёр,  
практические занятия  
(4 воркшопа и Q&A-встреча  
с экспертами), 4 проектных  
задания

Рассчитаете ключевые метрики продукта и попрактикуетесь в Яндекс Метрике. Выберете подходящую модель монетизации и посчитаете юнит-экономику. Напишете SQL-запросы.

# Содержание модуля

---

07	Сбор данных для формирования метрик	<ul style="list-style-type: none"><li>• Как устроен сбор данных?</li><li>• Работа с базами данных</li><li>• Типы источников данных</li><li>• Основы запросов на SQL</li><li>• Системы BI-отчётности</li><li>• Работа с Яндекс Метрикой</li></ul>
08	Основы расчёта метрик	<ul style="list-style-type: none"><li>• Что такое метрика?</li><li>• Метрики аудитории и вовлечённости</li><li>• Метрики удовлетворённости и монетизации</li><li>• Дерево метрик и метрика северной звезды</li><li>• Расчёт метрик в Google Таблицах</li><li>• Ключевые метрики на основе стадии развития продукта</li></ul>
09	Экономика и бизнес-модели продукта	<ul style="list-style-type: none"><li>• Знакомство с бизнес-моделями продукта</li><li>• Популярные бизнес-модели</li><li>• Специфические метрики бизнес-моделей</li><li>• Популярные модели монетизации</li><li>• Специфические метрики для моделей монетизации</li><li>• Что такое юнит-экономика?</li><li>• Учёт доходов в юнит-экономике</li><li>• Сходимость и оптимизация юнит-экономики</li></ul>
10	Проведение экспериментов. A/B-тестирование	<ul style="list-style-type: none"><li>• Что такое продуктовая гипотеза и эксперимент?</li><li>• Правила проведения A/B-тестов</li><li>• HADI-цикл для проведения экспериментов</li><li>• Дизайн эксперимента и оценка влияния фичи до запуска</li><li>• Запуск эксперимента и подведение его итогов</li></ul>

---

## Дизайн и разработка

---

06

**[14 недель]**

**Формат работы**

Теория, тренажёр,  
практические занятия  
(5 воркшопов и Q&A-встреча  
с экспертами), 5 проектных  
заданий

Создадите Mid-Fi-прототип нового продукта, сформируете его MVP и Roadmap этапов разработки. Научитесь техникам усиления командной эффективности.

# Содержание модуля

---

11	Основы дизайна. User flow	<ul style="list-style-type: none"><li>• Дизайн цифровых продуктов</li><li>• Роль дизайнера в продуктовой команде</li><li>• Постановка задачи дизайнеру</li><li>• Проектирование пользовательского опыта</li><li>• Дизайн-мышление как основной фреймворк работы над продуктом</li><li>• Что такое user flow?</li><li>• Собираем user flow в Miro</li></ul>
12	Прототипирование	<ul style="list-style-type: none"><li>• Что такое прототип?</li><li>• Виды прототипов по степени детализации</li><li>• Алгоритм создания mid-fi-прототипа</li><li>• Инструменты для создания mid-fi-прототипов. Figma</li></ul>
13	MVP, MLP продукта и roadmap	<ul style="list-style-type: none"><li>• Что такое MVP и MLP?</li><li>• Как определить состав MVP и MLP</li><li>• Что такое roadmap</li><li>• Шаблоны и алгоритм планирования и составления roadmap</li></ul>
14	Модели разработки. Постановка задачи команде разработки	<ul style="list-style-type: none"><li>• Цикл продуктовой разработки</li><li>• Модели разработки продукта. Waterfall</li><li>• Модели разработки продукта. Agile</li><li>• Методологии Agile</li><li>• Постановка задачи команде разработки</li><li>• Правила коммуникации внутри команды разработки</li></ul>
15	Инструменты скрама. Продуктовый бэклог	<ul style="list-style-type: none"><li>• Структура спринта в скраме</li><li>• Источники гипотез для бэклога</li><li>• Техники приоритизации бэклога</li><li>• User Story Mapping</li><li>• Оценивание задач</li><li>• Инструменты в Yandex Tracker для работы по Scrum</li></ul>
16	Лидерство и управление командой разработки	<ul style="list-style-type: none"><li>• OKR: целеполагание и декомпозиция</li><li>• Спринт продукта</li><li>• Оптимальный состав команды по уровню квалификации участников</li><li>• Размеры команд разработки</li><li>• Типы команд разработки</li><li>• Сложные и комплексные команды</li></ul>
17	Усиление командной эффективности	<ul style="list-style-type: none"><li>• Как и зачем анализировать эффективность команды</li><li>• Как влиять на командную эффективность</li><li>• Лайфхаки командной эффективности</li><li>• Оценка индивидуальной эффективности сотрудников</li><li>• Оценка сотрудника: мотивация и готовность к росту</li></ul>

[сквозной  
30 часов]

Формат работы

Теория, тренажёр,  
Воркшоп «Сложные  
переговоры»

Научитесь распределять обязанности внутри команды, развивать сотрудников, разрешать конфликты и отстаивать свои технические решения.

## Содержание модуля

01	Собираем команду и ставим задачу	<ul style="list-style-type: none"><li>• Продуктовая команда: роли</li><li>• Виды команд и стадии их развития</li></ul>
02	Коммуникация в проекте	<ul style="list-style-type: none"><li>• Принципы ненасильственного общения</li><li>• Как и зачем давать обратную связь</li><li>• Структурируем обратную связь</li><li>• Повышаем мотивацию</li></ul>
03	Аргументация	<ul style="list-style-type: none"><li>• Зачем мы аргументируем</li><li>• Логические основы аргументации</li><li>• Логические ошибки аргументации</li><li>• Структурируем мысль</li></ul>
04	Сложные переговоры	<ul style="list-style-type: none"><li>• Конструктивная и деструктивная коммуникация</li><li>• Почему конфликты превращаются в непродуктивные споры</li><li>• Как работать с критикой</li><li>• Как работать с агрессией</li><li>• Гарвардский метод принципиальных переговоров</li></ul>
05	Планирование коммуникации	<ul style="list-style-type: none"><li>• Зачем нужно планировать коммуникацию?</li><li>• Что такое диалог?</li><li>• Формулируем цель переговоров</li><li>• Строим карту эмпатии</li><li>• Выстраиваем стратегию коммуникации</li></ul>

[10 недель  
параллельно  
с модулем 09]

Формат работы  
Теория, тренажёр

Научитесь распределять обязанности внутри команды, развивать сотрудников, разрешать конфликты и отстаивать свои технические решения.

## Содержание модуля

01	Основы продуктового маркетинга	<ul style="list-style-type: none"><li>• Что такое продуктовый маркетинг?</li><li>• Воронка (A)AARRR(R)</li><li>• Маркетинговые метрики</li><li>• CJM в работе продуктового маркетолога</li><li>• Как выстроить системный процесс в продуктовом маркетинге?</li></ul>
02	Маркетинговая стратегия (GTM)	<ul style="list-style-type: none"><li>• Что такое маркетинговая стратегия для продукта</li><li>• Виды маркетинговых стратегий и их состав</li><li>• Ценностное предложение и УТП</li><li>• Этапы разработки маркетинговой стратегии для продукта</li><li>• Что влияет на выбор маркетинговых каналов</li><li>• Виды рекламных кампаний</li></ul>
03	Каналы коммуникации	<ul style="list-style-type: none"><li>• Система каналов коммуникации в воронке (A)AARRR(R)</li><li>• Платные каналы привлечения</li><li>• Метрики оценки эффективности платных каналов</li><li>• Органические каналы коммуникации</li><li>• Каналы активации: инструменты и тактики</li><li>• Удержание: основные стратегии и каналы</li><li>• Реферальные каналы коммуникации</li></ul>
04	Аналитика	<ul style="list-style-type: none"><li>• Введение в маркетинговую аналитику</li><li>• Как ставить маркетинговые цели и задачи на разных этапах жизненного цикла продукта</li><li>• Инструменты аналитики</li><li>• Сквозная аналитика</li><li>• Когортный анализ</li><li>• Как использовать данные для оптимизации маркетинговых усилий на всех этапах</li></ul>
05	Планирование коммуникации	<ul style="list-style-type: none"><li>• Зачем нужно планировать коммуникацию?</li><li>• Что такое диалог?</li><li>• Формулируем цель переговоров</li><li>• Строим карту эмпатии</li><li>• Выстраиваем стратегию коммуникации</li></ul>

**[10 недель  
параллельно  
с модулем 08]**

В небольших группах поработаете с реальными кейсами Яндекса и презентуете свои решения.

**Формат работы**

Проектные практические работы, воркшопы

## Содержание модуля

---

01 **Выполнение заданий сквозного проекта**

- Кейс по исследованию рынка
- Кейс по продуктовым исследованиям
- Кейс по продуктовой аналитике
- Кейс по дизайну и разработке
- Финальный проект

## Дипломная работа

---

**10**

**[2 недели]**

**Формат работы**

Проектная работа, защита проекта

В итоговой работе вам предстоит защитить перед стейкхолдерами идею разработанного с нуля продукта и план его реализации.

[40 часов]

С помощью SQL-тренажёра будете оттачивать навыки анализа бизнес-показателей.

Формат работы

Теория, тренажёр,  
4 практических задания

## Содержание модуля

01	Срезы данных в SQL	<ul style="list-style-type: none"><li>Запрос на выборочную выгрузку</li><li>Как работать с диаграммой и описанием базы данных</li><li>Типы данных в PostgreSQL</li><li>Изменение типов данных</li><li>Математические операторы и операторы сравнения</li><li>Логические и специальные операторы</li><li>Функции</li><li>Работа с пропусками</li><li>Дополнительные инструменты для работы с SQL</li></ul>
02	Агрегатные функции. Группировка и сортировка данных	<ul style="list-style-type: none"><li>Агрегатные функции</li><li>Группировка и фильтрация данных</li><li>Условная конструкция CASE</li><li>Агрегатные оконные функции</li></ul>
03	Взаимоотношения между таблицами	<ul style="list-style-type: none"><li>Связь таблиц</li><li>Соединение таблиц INNER JOIN</li><li>Операторы LEFT OUTER JOIN и RIGHT OUTER JOIN</li><li>Кейс с расчётами метрик ARPU и ARPPU</li><li>Оператор FULL OUTER JOIN</li><li>Операторы соединения</li><li>Операторы UNION и UNION ALL</li></ul>
04	Подзапросы и временные таблицы	<ul style="list-style-type: none"><li>Базовые подзапросы</li><li>Продвинутые подзапросы</li><li>Расчёт метрик LTV и CAC</li><li>Общее табличное выражение — CTE</li><li>Расчёт метрики retention rate</li><li>Расчёт LTV с помощью когортного анализа</li></ul>