Сравнение тарифов «Продакт-менеджер с нуля»

Сравнение программ

Смотреть программу курса	Базовый тариф	Расширенный тариф
Длительность обучения	9 месяцев	12 месяцев
Необходимые знания	С нуля	С нуля
Интенсивность обучения	10 часов в неделю	10 часов в неделю
Проекты в портфолио	15 проектных работ на основе реальных рыночных данных	К тому, что есть в базовом тарифе, добавляется: • 5 проектных работ на основе данных от Кинопоиска • Разбор проектных работ в мини-группах с наставником • Финальная защита проекта перед опытным продакт-менеджером
Воркшопы	18 воркшопов с опытным наставником	К тому, что есть в базовом тарифе, добавляется: • 4 воркшопа с опытным наставником • Модерация в команде
Работа в мини-группах	—	Разбор проектных работ в мини-группах
Групповые вебинары и Q&A сессии с наставниками и спикерами	+	+
Обратная связь по проектным работам от ревьюеров — опытных продакт-менеджеров	+	+

Сравнение тарифов «Продакт-менеджер с нуля»

Сравнение программ

	Базовый тариф	Расширенный тариф
Теория в тренажёре	Ключевые навыки и фреймворки для старта в профессии: • SWOT-анализ конкурентов • CJM • Ключевые метрики продукта • Юнит-экономика • User flow • Mid-fi-прототипы • MVP и MLP • Scrum • Техники приоритизации бэклога • A/B-тестирование	К тому, что есть в базовом тарифе, добавляется: Модуль про продуктовый маркетинг. • Разберётесь, как продакт-менеджер работает совместно с продуктовым маркетологом и какие задачи они решают вместе. • Изучите воронку AARRR и узнаете о маркетинговых метриках. • Поработаете над созданием Go-to-market-стратегии. Углублённые знания продуктовой аналитики в SQL. • Поработаете с маркетинговыми метриками, рассчитаете юнит-экономику и метрики пользовательской активности. Навыки профессиональной коммуникации для старта в новой профессии. • Изучите техники переговоров со стейкхолдерами и командой, Гарвардский метод переговоров. Узнаете, как повысить мотивацию команды.

FAQ по расширенному тарифу

Что меня ждёт в модуле «Продуктовый маркетинг»?

Расскажем о том, как продакт-менеджер работает совместно с продуктовым маркетологом и какие задачи они решают вместе. Знания о продуктовом маркетинге позволят лучше понимать позиционирование продукта на рынке, а также общаться на одном языке со смежными командами. Если надумаете разработать свой продукт, то эти знания станут одними из самых важных для успешного запуска.

Какие знания получите в модуле:

- Изучите воронку AARRR и узнаете о маркетинговых метриках.
- Начнёте разбираться в метриках эффективности PR и управлять репутацией в продукте.
- Научитесь выбирать наиболее подходящие программы лояльности для своего типа бизнеса и отрасли.
- Узнаете, как строится позиционирование компании и продукта. Поработаете над созданием стратегии Go-to-market.
- Поймёте, как выбирать и устанавливать релевантные KPI для различных этапов жизненного цикла продукта.
- Разберётесь, что такое OKR и как этим пользоваться.
- Узнаете, как нужно замерять метрики удержания и как это влияет на бизнес.
- Поймёте, как активировать пользователей и уменьшить их отток с помощью маркетинговых данных.

Как проходит работа в мини-группах?

Поработаете над кейсами по темам «Исследование рынка», «Продуктовые исследования», «Продуктовая аналитика», «Дизайн и разработка». Кейсы созданы на основе данных реальных продуктов Яндекса.

После каждой темы вы встретитесь с опытными наставниками — практикующими продакт-менеджерами. Встреча будет проходить в мини-группах. Там вы сможете задать любые вопросы о решении кейса, разобрать неочевидные моменты и узнать, как наставники применяют знания из этих тем на практике.

Что меня ждёт в модуле о продуктовой аналитике в SQL?

Научитесь писать продвинутые SQL-запросы и с их помощью посчитаете продуктовые бизнес-метрики: LTV, ARPU, ARPPU, ROI. Закрепите знания из основного курса и освоите подготовку данных для когортного анализа. Эти навыки усилят вашу экспертизу в продуктовой аналитике и будут заметным конкурентным преимуществом на старте в новой профессии.

Работать с SQL вы будете в тренажёре, задания будут проверяться там же.

О чём модуль про навыки профессиональной коммуникации?

Навыки профессиональной коммуникации продакт-менеджера — одни из самых важных на старте в новой профессии. Продакт-менеджер взаимодействует со стейкхолдерами, отделом продаж и маркетинга, а также командой дизайна и разработки. Задача продакта — аргументировать принятые решения по развитию продукта. В этом помогает не только анализ метрик, но и сильные навыки коммуникации.

На воркшопах этого модуля вы потренируетесь в сложных коммуникациях с командами смежных курсов Практикума.

В теории разберёте, как мотивировать команду и как подготовиться к переговорам. Изучите Гарвардский метод переговоров, техники ведения сложных переговоров, алгоритмы «Проблема — Решение — Выгода» и «What? So what? Now what?».