

Продакт-менеджер для специалистов с опытом

Продолжительность курса — 4 месяца

00

Бесплатный
вводный модуль

1 неделя

01

Рынок и бизнес-
модель

4 недели

02

Продуктовые
исследования
и аналитика

4 недели

03

Подготовка идеи
к запуску

4 недели

04

Кратный рост
продукта

4 недели

05

Стратегия
развития
продукта

4 недели

06

Защита продуктового
портфолио

2 недели

Бесплатный вводный модуль

Спринт 0

Как всё устроено. Знакомство с процессом прохождения курса

- Где я?
- Как устроен курс?
- 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

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

Воркшоп

Знакомство с наставниками и куратором. Погружение в процесс прохождения курса

Проект

Участники курса 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.

Спринт 2

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

Воркшоп

Применение юнит-экономики для продуктовых задач

Проект

Участники курса определяют бизнес-модель выбранного продукта. Рассчитывают юнит-экономику



Продуктовые исследования и аналитика

Спринт 3

Продуктовые исследования

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

Воркшоп

Проверка гипотез с помощью глубинного интервью

Проект

Участники курса на основе бизнес-цели выбранного продукта составляют план исследований и проводят их

Спринт 4

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

Воркшоп

Формирование продуктовых гипотез на основе выводов из аналитики

Проект

Участники курса определяют ключевые метрики выбранного продукта, строят дерево метрик и проводят оценку фичи до запуска на основе предоставленных данных



Спринт 5

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

Воркшоп

Создание user flow и mid-fi прототипов

Проект

Участники курса составляют user flow и готовят прототипы фичи

Спринт 6

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

Воркшоп

Приоритизация бэклога на практике

Проект

Участники курса создают user story и roadmap для команды разработки. Формируют ранжированный по приоритетам дискавери-бэклог продукта



Спринт 7

Продуктовый маркетинг

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

Воркшоп

Позиционирование продукта

Проект

Участники курса готовят базовый маркетинговый план продвижения выбранного продукта

Спринт 8

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

Воркшоп

Формирование продуктовой воронки и оценка гипотез её улучшения

Проект

Участники курса готовят план и гипотезы по росту продукта



Спринт 9

Стейкхолдер-менеджмент

- 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

Воркшоп

Определение ключевых стейкхолдеров и стратегии взаимодействия с ними

Проект

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

Спринт 10

Стратегия развития продукта

- Понятие и цели стратегии продукта
- Исследования рынка, конкурентов и трендов
- Стратегические цели продукта и компании
- Инициативы для достижения стратегических целей
- Планирование необходимых ресурсов
- Составление дорожной карты
- Шаблон стратегии развития продукта

Воркшоп

Стратегия развития продукта

Проект

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



06

Защита продуктового портфолио

Спринт 11

Проект

Участники курса собирает и защищает выработанные продуктовые решения и получает обратную связь от экспертов