

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Вятский государственный университет»

УТВЕРЖДАЮ

Начальник Управления
дополнительного образования
Курагина Курагина К.А.
«30» сентября 2022 г.

рек. № 03-04-2022-0587-1031

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

учебной дисциплины (модуля)
«Управление разработкой продукта»

дополнительной профессиональной программы –
программы повышения квалификации
«Управление разработкой продукта»

Киров, 2022

Рабочая программа составлена в соответствии с требованиями дополнительной профессиональной программы «Управление разработкой продукта».

Рабочая программа разработана:

Гончаровым Григорием Аркадьевичем, руководителем центра предпринимательства и трансфера технологий ВятГУ

1. РАБОЧАЯ УЧЕБНАЯ ПРОГРАММА

1.1 Пояснительная записка

Актуальность и значение учебной дисциплины «Управление разработкой продукта» определяются тем, что создание и развитие технологического бизнеса (стартап) – сложный вид деятельности, требующий от основателя бизнеса трех типов компетенций – продуктовых навыков (выдвигать и проверять гипотезы, рассчитывать рынок и экономику продукта, определять бизнес-модель), управленческих навыков (планирование, управление командой) и предпринимательских навыков (готовность к постоянным изменениям, открытость к новому, эмпатия, коммуникабельность, готовность к риску).

Программа дает слушателям практический опыт работы над собственной бизнес-идеей и развития на ее основе продукта для создания бизнеса.

Цели и задачи учебной дисциплины

| | |
|---------------------------|--|
| Цель учебной дисциплины | сформировать практические навыки разработки, тестирования и вывода новых продуктов и услуг на рынок в неопределенной динамической среде, используя инструменты и методы, адекватные ситуации, на основе ценности (голос клиента), стоимости, времени выхода на рынок и рисков. В частности, в рамках курса изучаются следующие вопросы: функции продакт менеджера, методы генерации идей, современные подходы к разработке и выведению продуктов (LEAN Startup), инструменты гибкой разработки (agile-технологии), маркетинговая аналитика и голос клиента (в том числе, Customer Development), финансирование и прогнозирование, тестирование и лидогенерация. |
| Задачи учебной дисциплины | <ol style="list-style-type: none">1. Развить предпринимательскую ориентацию студентов и способность принимать и реализовывать маркетинговые решения в области развития бизнеса;2. Раскрыть фундаментальные и прикладные аспекты и сформировать понимание основных аспектов разработки, тестирования и вывода на рынок новых продуктов и услуг.3. Научить слушателя выбирать правильную конфигурацию продукта на основе ценности (голос клиента), стоимости, времени выхода на рынок и рисков.4. Сформировать практические навыки выбора, планирования, контроля проектов разработки новых продуктов в неопределенной динамической среде, используя инструменты и методы, адекватные ситуации. |

Компетенции слушателя, формируемые в результате освоения учебной дисциплины / модуля

В результате освоения учебной дисциплины (модуля) слушатель должен демонстрировать следующие результаты обучения:

| Виды деятельности | Профессиональные компетенции | Практический опыт | Умения | Знания |
|---------------------------|--|---|---|--|
| ВД 1 Управление продуктом | ПК 1 – Создание продукта и его улучшение под запрос пользователя | Владеть навыками - поиска и генерации продуктовых идей; | Уметь генерировать идеи для новых продуктов, используя различные методы и источники, эмпатическое проектирование, дизайн-мышление и др. | Знать основные подходы к разработке новых продуктов и условия их успешной реализации |
| | | - выдвижения и проверки продуктовых гипотез | - оценивать привлекательность идей для новых продуктов | источники получения рыночной информации для всего процесса управления продуктом |
| | | - профилирования и сегментации клиентов | - использовать количественные и качественные методы исследования для целей управления продуктом | |
| | | - описания и улучшения пользовательских путей | | Agile принципы разработки новых продуктов |
| | ПК 2 – Коммерциализация продукта | формирования ценностных предложений | прогнозировать продажи для целей финансового планирования; | ключевые компоненты бизнес-модели и ценностного предложения |
| | | - бизнес-моделирования | | |

| | | | | |
|--|--|---|--|--|
| | | навыки расчета рынка и анализа конкурентов | | |
| | | - презентации своего проекта перед потенциальными инвесторами | | |

1.2 Содержание учебной дисциплины (модуля) Объем учебной дисциплины и виды учебной работы

| Форма обучения | Общий объем (трудоемкость), час | В том числе аудиторная контактная работа обучающихся с преподавателем, час | | | | Самостоятельная работа, час | Форма промежуточной аттестации |
|--------------------------------|---------------------------------|--|--------|------------------------------------|----------------------|-----------------------------|--------------------------------|
| | | Всего | Лекции | Практические (семинарские) занятия | Лабораторные занятия | | |
| Очно-заочная с применением ДОТ | 70 | 70 | 20 | 20 | - | 30 | зачет |

Тематический план

| № п/п | Основные разделы и темы учебной дисциплины | Часы | | |
|-------|---|--------|------------------------------------|------------------------|
| | | Лекции | Практические (семинарские занятия) | Самостоятельная работа |
| 1. | Что такое продукт | 2 | 2 | 2 |
| 2. | Ценность и формирование ценностных предложений | 2 | 2 | 2 |
| 3. | Целевая аудитория и клиентские сегменты | 2 | 4 | 4 |
| 4. | Интервью с клиентами: основные принципы и подходы | 4 | 2 | 2 |
| 5. | Интервью с клиентами. | - | 2 | 4 |
| 6. | Оценка рынка | 2 | 2 | 4 |

| | | | | |
|-----|---|-----------|-----------|-----------|
| 7. | MVP: зачем и как делать продукт на ранних стадиях | 2 | - | 2 |
| 8. | Юнит-экономика | 2 | 2 | 4 |
| 9. | Бизнес-модель | 2 | 2 | 4 |
| 10. | Презентация и питч | 2 | 2 | 2 |
| | Итого: | 20 | 20 | 30 |

Матрица соотнесения разделов / тем учебной дисциплины / модуля и формируемых в них компетенций

| РАЗДЕЛЫ / ТЕМЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ | КОЛИЧЕСТВО ЧАСОВ | КОМПЕТЕНЦИИ | | ОБЩЕЕ КОЛИЧЕСТВО КОМПЕТЕНЦИЙ |
|---|------------------|-------------|------|------------------------------|
| | | ПК-1 | ПК-2 | |
| Тема 1. Что такое продукт | 6 | + | | 1 |
| Тема 2. Ценность и формирование ценностных предложений | 6 | + | + | 2 |
| Тема 3. Целевая аудитория и клиентские сегменты | 10 | + | + | 2 |
| Тема 4. Интервью с клиентами: основные принципы и подходы | 8 | + | | 1 |
| Тема 5. Интервью с клиентами. | 6 | + | | 1 |
| Тема 6. Оценка рынка | 8 | | + | 1 |
| Тема 7. MVP: зачем и как делать продукт на ранних стадиях | 4 | + | | 1 |
| Тема 8. Юнит-экономика | 8 | | + | 1 |
| Тема 9. Бизнес-модель | 8 | | + | 1 |
| Тема 10. Презентация и питч | 6 | | + | 1 |
| Итого | 70 | | | |

Краткое содержание учебной дисциплины:

Тема 1. Что такое продукт

Иерархия управления продуктом. Отличие продукта от проекта. Жизненный цикл продукта. Цепочка создания продукта. Составление и улучшение CJM. Гипотезы и их виды. Фреймворки для постановки гипотез. HADI-цикл.

Тема 2. Ценность и формирование ценностных предложений

Ценность в продукте, и зачем она нужна. Формулирование ценности. Ценностное предложение. Методология JTBD (Jobs To Be Done англ. – работа,

которая должна быть выполнена). Шаблон ценностного предложения Остервальдера. Цена и ценность продукта. Что покупает клиент. Проверка ценности.

Тема 3. Целевая аудитория и клиентские сегменты

Целевая аудитория – для чего ее нужно знать. Сегментация – ABCDX, b2b и b2c, отношение к инновациям. Описание целевой аудитории. Шаблон персоны, карта эмпатии. Поиск клиентов. Гипотезы о проблеме целевой аудитории, уровни проблематизации.

Тема 4. Интервью с клиентами: основные принципы и подходы

Обоснование необходимости бесед с клиентом. Гибель продуктов и как этого избежать. Описание Customer Development (пер. с англ. - исследование потребителей). Принципы CustDev. Типы интервью клиентов. В каких случаях проводить CustDev.

Тема 5. Интервью с клиентами.

Фреймворки для проведения CustDev. Уровни проблематизации у клиента. Поиск респондентов для интервью.

Тема 6. Оценка рынка

Описание рынка. Анализ рынка. Методы оценки рынка сверху и снизу. Поиск информации о рынках. Виды объема рынка. Конкуренты прямые и косвенные.

Тема 7. MVP: зачем и как делать продукт на ранних стадиях

Ценность продукта (фокусировка на ценности). Задачи, которые решает продукт. Стадии проекта, на которых нужна разработка MVP продукта (MVP – Minimum Viable Product англ. - минимальный жизнеспособный продукт). Определение "прожиточного" минимума продукта. Создание продукта на ранних стадиях. Инструменты по code (создание сайта/приложения/базы данных без программирования). Результаты MVP.

Тема 8. Юнит-экономика

Описание юнит-экономики. Когортный анализ, анализ метрик и принятие решений. Теория ограничений в развитии продукта. Поиск оптимальных метрик для достижения цели. Оценка задач и гипотез с точки зрения влияния на метрики. Влияние юнит-экономики на бэклог. Revenue, COGS, Cross Profit, CAC, CPA. LTV, MAU, DAU, ARPU. Contribution Margin. Fixed costs. Required investments. APC, ARPC, ROMI.

Тема 9. Бизнес-модель

Канва Остервальдера. Взаимосвязь элементов канвы. Выбор бизнес-модели. Способы и причины изменение бизнес-модели.

Тема 10. Презентация и питч

Структура презентации. Сторителлинг. История, первая фраза. Технические аспекты подготовки к выступлению. Организационные аспекты подготовки к выступлению. Психологические аспекты подготовки к выступлению. Подготовка ответов на вопросы. Питч за 15 секунд, за 30 секунд, за 1 минуту, за 5 минут.

2. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

2.1. Методические рекомендации для преподавателя

Организация учебного процесса предусматривает применение инновационных форм учебных занятий, развивающих у обучающихся навыки командной работы, межличностной коммуникации, принятия решений, лидерские качества (включая, при необходимости, проведение интерактивных лекций, групповых дискуссий, ролевых игр, тренингов, анализ ситуаций и имитационных моделей, в том числе с учетом региональных особенностей профессиональной деятельности выпускников и потребностей работодателей).

2.2. Методические указания для слушателей

Успешное освоение учебной дисциплины предполагает активное, творческое участие обучающегося на всех этапах ее освоения путем планомерной, повседневной работы. Обучающийся обязан посещать лекции и семинарские (практические, лабораторные) занятия, получать консультации преподавателя и выполнять самостоятельную работу.

Выбор методов и средств обучения, образовательных технологий осуществляется преподавателем исходя из необходимости достижения обучающимися планируемых результатов освоения дисциплины, а также с учетом индивидуальных возможностей обучающихся из числа инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья.

Изучение дисциплины следует начинать с проработки настоящей рабочей программы, методических указаний и разработок, указанных в программе, особое внимание уделить целям, задачам, структуре и содержанию дисциплины.

Главной задачей каждой лекции является раскрытие сущности темы и анализ ее основных положений. Содержание лекций определяется настоящей рабочей программой дисциплины.

Лекции – это систематическое устное изложение учебного материала. На них обучающийся получает основной объем информации по каждой конкретной теме. Лекции обычно носят проблемный характер и нацелены на освещение наиболее трудных и дискуссионных вопросов, кроме того они

способствуют формированию у обучающихся навыков самостоятельной работы с научной литературой.

Предполагается, что обучающиеся приходят на лекции, предварительно проработав соответствующий учебный материал по источникам, рекомендуемым программой. Часто обучающимся трудно разобраться с дискуссионными вопросами, дать однозначный ответ. Преподаватель, сравнивая различные точки зрения, излагает свой взгляд и нацеливает их на дальнейшие исследования и поиск научных решений. После лекции желательно вечером перечитать и закрепить полученную информацию, тогда эффективность ее усвоения значительно возрастает. При работе с конспектом лекции необходимо отметить материал, который вызывает затруднения для понимания, попытаться найти ответы на затруднительные вопросы, используя предлагаемую литературу. Если самостоятельно не удалось разобраться в материале, сформулируйте вопросы и обратитесь за помощью к преподавателю.

Целью практических и лабораторных занятий является проверка уровня понимания обучающимися вопросов, рассмотренных на лекциях и в учебной литературе, степени и качества усвоения материала; применение теоретических знаний в реальной практике решения задач; восполнение пробелов в пройденной теоретической части курса и оказания помощи в его освоении.

Практические (лабораторные) занятия в равной мере направлены на совершенствование индивидуальных навыков решения теоретических и прикладных задач, выработку навыков интеллектуальной работы, а также ведения дискуссий. Конкретные пропорции разных видов работы в группе, а также способы их оценки определяются преподавателем, ведущим занятия.

На практических (лабораторных) занятиях под руководством преподавателя обучающиеся обсуждают дискуссионные вопросы, отвечают на вопросы тестов, закрепляя приобретенные знания, выполняют практические (лабораторные) задания и т.п. Для успешного проведения практического (лабораторного) занятия обучающемуся следует тщательно подготовиться.

Основной формой подготовки обучающихся к практическим (лабораторным) занятиям является самостоятельная работа с учебно-методическими материалами, научной литературой, статистическими данными и т.п.

Изучив конкретную тему, обучающийся может определить, насколько хорошо он в ней разобрался. Если какие-то моменты остались непонятными, целесообразно составить список вопросов и на занятии задать их преподавателю. Практические (лабораторные) занятия предоставляют студенту возможность творчески раскрыться, проявить инициативу и развить навыки публичного ведения дискуссий и общения, сформировать определенные навыки и умения и т.п.

Самостоятельная работа слушателей включает в себя выполнение различного рода заданий (изучение учебной и научной литературы,

материалов лекций, систематизацию прочитанного материала, подготовку контрольной работы, решение задач и т.п.), которые ориентированы на более глубокое усвоение материала изучаемой дисциплины. По каждой теме учебной дисциплины преподаватель предлагает обучающимся перечень заданий для самостоятельной работы. Самостоятельная работа по учебной дисциплине может осуществляться в различных формах (например: подготовка докладов; написание рефератов; публикация тезисов; научных статей; подготовка и защита проекта; другие).

К выполнению заданий для самостоятельной работы предъявляются следующие требования: задания должны исполняться самостоятельно либо группой и представляться в установленный срок, а также соответствовать установленным требованиям по оформлению.

Регулярно рекомендуется отводить время для повторения пройденного материала, проверяя свои знания, умения и навыки по контрольным вопросам.

Результатом самостоятельной работы должно стать формирование у обучающегося определенных знаний, умений, навыков, компетенций.

При проведении промежуточной аттестации обучающегося учитываются результаты текущей аттестации в течение периода обучения.

Процедура оценивания результатов освоения учебной дисциплины (модуля) осуществляется на основе действующего Положения об организации текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся ВятГУ.

Для приобретения требуемых компетенций, хороших знаний и высокой оценки по дисциплине обучающимся необходимо выполнять все виды работ своевременно в течение всего периода обучения.

3. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Основная литература

1. Борискова Л. А. Управление разработкой и внедрением нового продукта: Учебное пособие/БорисковаЛ.А., ГлебоваО.В., ГусеваИ.Б. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2016. - 272 с.: 60х90 1/16. - (Высшее образование: Бакалавриат) (Переплёт) ISBN 978-5-16-011407-1. - Режим доступа: <http://znanium.com/bookread2.php?book=522742>.
2. Андреева Т. В. Цепочка создания стоимости продукта: формирование и оценка эффективности: Монография / Т.В. Андреева. - М.: ИЦ РИОР: НИЦ Инфра-М, 2013. - 170 с.: 60х88 1/16. - (Научная мысль). (обложка) ISBN 978-5-369-01147-8.- Режим доступа: <http://znanium.com/bookread2.php?book=376022>.
3. Альварес С. Как создать продукт, который купят. Метод Lean Customer Development: Учебное пособие / Альварес С. - М.:АЛЬПИНА, 2016. - 248

с.: ISBN 978-5-9614-5395-9. - Режим доступа:
<http://znanium.com/bookread2.php?book=737041>.

4. 2. Токарев Б. Е. Маркетинговые исследования рыночных ниш инновационных продуктов / Б.Е. Токарев. - М.: Магистр: НИЦ ИНФРА-М, 2013. - 272 с.: 60x88 1/16. (обложка) ISBN 978-5-9776-0270-9. - Режим доступа: <http://znanium.com/bookread2.php?book=397362>.

Дополнительная литература

1. Barkley, Bruce T. Project Management in New Product Development [Электронный ресурс] / Bruce T. Barkley; DB Books24x7. - McGraw-Hill. 2008. – 397 p. - Режим доступа: <https://library.books24x7.com/toc.aspx?bookid=23646>. – Загл. с экрана.

2. Innovation and Product Management: A Holistic and Practical Approach to Uncertainty Reduction [Электронный ресурс]/ Kurt Gaubinger, Michael Rabl, Scott Swan, Thomas Werani; DB Springer Books. – New York: Springer-Verlsg, 2015. - Режим доступа: <https://link.springer.com/book/10.1007/978-3-642-54376-0>. - Загл. с экрана.

3. Grieves, M. Product Lifecycle Management: Driving The Next Generation Of Lean Thinking [Электронный ресурс]/ Michael Grieves; DB Books24x7. McGraw-Hill. 2006. - Режим доступа: <https://library.books24x7.com/toc.aspx?bookid=11962>. - Загл. с экрана.

4. Stark, J. Product Lifecycle Management: 21st Century Paradigm for Product Realisation [Электронный ресурс] / John Stark; DB Springer Books. – London: Springer-Verlag Limited, 2011. - Режим доступа: <https://link.springer.com/book/10.1007/978-0-85729-546-0>. - Загл. с экрана.

5. Schiel, James. The ScrumMaster Study Guide [Электронный ресурс] / James Schiel; DB Books24x7. - Auerbach Publications, 2012. – 237 p. - Режим доступа: <https://library.books24x7.com/toc.aspx?bookid=47196>. - Загл. с экрана.

6. Handbook of New Product Development Management [Электронный ресурс] / edited by Christoph Loch, Stylianos Kavadias; БД ebrary. – Routledge, 2007. – 559 p. – ISBN 9780750685528. – Режим доступа: <https://ebookcentral.proquest.com/lib/hselibraryebooks/reader.action?docID=319177>. – Загл. с экрана.

Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины

1. Портал дистанционного обучения ВятГУ .
2. Раздел официального сайта ВятГУ, содержащий описание образовательной программы

Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса

Перечень специализированных аудиторий (лабораторий)

| Вид занятий | Назначение аудитории |
|---------------------------|---------------------------|
| Практика, лекция, семинар | Учебная аудитория. |
| Самостоятельная работа | Читальные залы библиотеки |

Перечень специализированного оборудования

| Перечень используемого оборудования |
|--|
| Мультимедиа-проектор с экраном настенным |
| Ноутбук (персональный компьютер) |

Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по учебной дисциплине

| № п/п | Наименование ПО | Краткая характеристика назначения ПО | Производитель ПО и/или поставщик ПО |
|-------|--|--|-------------------------------------|
| 1 | Программная система с модулями для обнаружения текстовых заимствований в учебных и научных работах «Антиплагиат.ВУЗ» | Программный комплекс для проверки текстов на предмет заимствования из Интернет-источников, в коллекции диссертация и авторефератов Российской государственной библиотеки (РГБ) и коллекции нормативно-правовой документации LEXPRO | ЗАО "Анти-Плагиат" |
| 2 | Microsoft Office 365 Student Advantage | Набор веб-сервисов, предоставляющий доступ к различным программам и услугам на основе платформы Microsoft Office, электронной почте бизнес-класса, функционалу для общения и управления документами | ООО "Рубикон" |
| 3 | Office Professional Plus 2013 Russian OLP NL Academic. | Пакет приложений для работы с различными типами документов: текстами, электронными таблицами, базами данных, презентациями | ООО "СофтЛайн" (Москва) |
| 4 | Windows 7 Professional and Professional K | Операционная система | ООО "Рубикон" |
| 5 | Kaspersky Endpoint Security для бизнеса | Антивирусное программное обеспечение | ООО «Рубикон» |
| 6 | Информационная система КонсультантПлюс | Справочно-правовая система по законодательству Российской Федерации | ООО «КонсультантКиров» |
| 7 | Электронный периодический справочник «Система ГАРАНТ» | Справочно-правовая система по законодательству Российской Федерации | ООО «Гарант-Сервис» |

| | | | |
|---|---|--|-----------|
| 8 | Security Essentials (Защитник Windows) | Защита в режиме реального времени от шпионского программного обеспечения, вирусов. | Microsoft |
|---|---|--|-----------|

4. МАТЕРИАЛЫ, УСТАНОВЛИВАЮЩИЕ СОДЕРЖАНИЕ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ (ТКУ) И САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ СЛУШАТЕЛЕЙ

Формы ТКУ:

- собеседование;

Формы самостоятельной работы:

- конспектирование;
- реферирование литературы;
- аннотирование книг, статей;
- углубленный анализ научно-методической литературы;
- работа с лекционным материалом: проработка конспекта лекций, работа на полях конспекта с терминами, дополнение конспекта материалами из рекомендованной литературы;
- участие в работе семинара: подготовка сообщений, докладов, заданий.

5. МАТЕРИАЛЫ, УСТАНОВЛИВАЮЩИЕ СОДЕРЖАНИЕ И ПОРЯДОК ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНЫХ АТТЕСТАЦИЙ

К сдаче зачета допускаются все слушатели, проходящие обучение на данной ДПП, вне зависимости от результатов текущего контроля успеваемости и посещаемости занятий, при этом, результаты текущего контроля успеваемости могут быть использованы преподавателем при оценке уровня усвоения обучающимися знаний, приобретения умений, навыков и сформированности компетенций в результате изучения учебной дисциплины.

Промежуточная аттестация проводится в форме зачета (тестовых заданий).

Зачет принимается преподавателями, проводившими лекции по данной учебной дисциплине.

Методические рекомендации по подготовке и проведению промежуточной аттестации

Промежуточная аттестация проводится в целях повышения эффективности обучения, определения уровня профессиональной подготовки обучающихся и контролем за обеспечением выполнения стандартов обучения.

Перечень примерных вопросов и заданий к зачету

1. Чем отличается продукт от проекта?
2. Жизненный цикл продукта?
3. - Цепочка создания продукта?
4. Что такое гипотезы? И какие они бывают?
5. Что такое ценность в продукте, и зачем она нужна?
6. Цена и ценность продукта. Что покупает клиент?
7. Целевая аудитория – для чего ее нужно знать?
8. Гипотезы о проблеме целевой аудитории, уровни проблематизации?
9. Почему важно поговорить с клиентом?
10. Почему умирают продукты и как этого избежать?
11. Что такое Customer Development (пер. с англ. - исследование потребителей)?
12. Когда проводить CustDev?
13. Фреймворки для проведения CustDev
14. Как и где найти респондентов для интервью?
15. Что такое рынок?
16. Зачем нужно анализировать рынок?
17. Методы оценки рынка сверху и снизу.
18. Где искать информацию о рынках?
19. Виды объема рынка.
20. Как искать рынок?
21. Ценность продукта (фокусировка на ценности)?
22. Какие задачи должен решать продукт?
23. На каких стадиях нужна разработка MVP продукта?
24. Как определить "прожиточный" минимум продукта?
25. Что нужно для создания продукта на ранних стадиях?
26. Что такое юнит-экономика?
27. Когортный анализ, анализ метрик и принятие решений.
28. Теория ограничений в развитии продукта. Поиск оптимальных метрик для достижения цели.
29. Оценка задач и гипотез с точки зрения влияния на метрики. Влияние юнит-экономики на бэклог.
30. Способы и причины изменение бизнес-модели.
31. Структура презентации.
32. Сторителлинг. История, первая фраза.
33. Организационные аспекты подготовки к выступлению.
34. Психологические аспекты подготовки к выступлению.