АНО «Развитие человеческого капитала»
Обособленное подразделение «Техноград»

УТВЕРЖДЕНО
Приказом генерального директора
АНО «Развитие человеческого капитала»
№ ОД-345/25 от «10» октября 2025 г.

ДОПОЛНИТЕЛЬНАЯ ОБЩЕОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ОБЩЕРАЗВИВАЮЩАЯ ПРОГРАММА

Наименование программы

«Основы продакт-менеджмента»

Категория слушателей: начинающие и действующие специалисты, менеджеры проектов, маркетологи, аналитики, предприниматели, заинтересованные в освоении профессии продакт-менеджера, управлении продуктом на всех этапах его жизненного цикла.

Объем: 77 часов

Форма обучения: очно-заочная с применением дистанционных технологий

Форма документа, выдаваемого по результатам освоения программы: сертификат о прохождении курса

УЧЕБНЫЙ ПЛАН

Наименование компонентов программы	Обязательные аудиторные учебные занятия (академические ч.)		Внеаудиторная (самостоятельная) учебная работа (академические ч.)	Всего учебной нагрузки (академические ч.)
	всего	в т.ч. практических и семинарских занятий		
Тема 1. Введение в профессию.	**2**	**2**	**8**	**10**
Тема 2. ЦА и пользовательский путь.	**6**	**6**	**2**	**8**
Тема 3. Гибкие методологии управления.	**8**	**-**	**7**	**15**
Тема 4. Продуктовая аналитика.	**8**	**-**	**10**	**18**
Тема 5. Стратегия управления продуктом.	**16**	**-**	**10**	**26**
ИТОГО:	**40**	**8**	**37**	**77**

Календарный учебный график

Период обучения (недели/дни)	Наименование модуля
1 день	**Тема 1.** Введение в профессию.
2 день	**Тема 1.** Введение в профессию.
3 день	**Тема 1.** Введение в профессию.
4 день	**Тема 2.** ЦА и пользовательский путь.
5 день	**Тема 2.** ЦА и пользовательский путь.
6 день	**Тема 3.** Гибкие методологии управления.
7 день	**Тема 3.** Гибкие методологии управления.
8 день	**Тема 3.** Гибкие методологии управления. **Промежуточная аттестация: контрольное тестирование**
9 день	**Тема 4.** Продуктовая аналитика.
10 день	**Тема 4.** Продуктовая аналитика.
11 день	**Тема 4.** Продуктовая аналитика.
12 день	**Тема 4.** Продуктовая аналитика.
13 день	**Тема 5.** Стратегия управления продуктом.
14 день	**Тема 5.** Стратегия управления продуктом.
15 день	**Тема 5.** Стратегия управления продуктом.
16 день	**Тема 5.** Стратегия управления продуктом.
17 день	**Тема 5.** Стратегия управления продуктом.
18 день	**Тема 5.** Стратегия управления продуктом.

СОДЕРЖАНИЕ ПРОГРАММЫ, СТРУКТУРИРОВАННОЕ ПО ТЕМАМ, РАЗДЕЛАМ (МОДУЛЯМ)

Наименование тем, разделов (разделов)	Содержание тем, разделов (модулей)
Тема 1. Введение в профессию.	● Что такое продукт? Роль продакт-менеджера. ● Паспорт компетенций продакт-менеджера: от junior до Senior. ● Глоссарий терминов. ● Основные этапы жизненного цикла продукта. **Практическая работа № 1. Анализ существующего продукта и формирование гипотезы.** **Самостоятельная работа № 1. Выполнение практического занятия № 1, представленного в списке для самоподготовки (раздел 6.2 программы).**
Тема 2. ЦА и пользовательский путь.	● Методы исследования ЦА. ● Построение Customer Journey Map (CJM). ● Разработка MVP: принципы и практика. **Практическая работа № 2. Разработка пользовательских персон и построение Customer Journey Map (CJM).** **Самостоятельная работа № 2. Выполнение практического занятия № 2, представленного в списке для самоподготовки (раздел 6.2 программы).**
Тема 3. Гибкие методологии управления.	● Введение в Agile: принципы и ценности. ● Фреймворк Scrum: роли, артефакты, события. ● Инструменты управления бэклогом и спринтами. ● Кейсы применения в продуктовых командах. **Промежуточная аттестация: контрольное задание** **Самостоятельная работа № 3. Выполнение практического занятия № 3, представленного в списке для самоподготовки (раздел 6.2 программы).**
Тема 4. Продуктовая аналитика.	● Ключевые продуктовые метрики (LTV, CAC, Retention, Churn). ● Построение пирамиды метрик. ● Аналитические фреймворки (AARRR, HEART).

	● Практикум: расчёт и анализ метрик на реальных данных. **Самостоятельная работа № 4. Выполнение практического занятия № 4, представленного в списке для самоподготовки (раздел 6.2 программы).**
Тема 5. Стратегия управления продуктом.	● Построение продуктовой стратегии и дорожной карты. ● Приоритизация гипотез и фич (RICE, Value vs Effort). ● Цикл проверки гипотез (HARDI). ● Взаимодействие с командами разработки и маркетинга. **Самостоятельная работа № 5. Выполнение практического занятия № 5, представленного в списке для самоподготовки (раздел 6.2 программы).**