

Experto en Product Manager

Temario

MÓDULO I: Conceptos Funcionales del Product Management

Unidad 1: Clase 1: Introducción y Contexto.

- Contexto y Time to Market
- Introducción al Product Management
- La Era del Software. Concepto de CoCreación de Valor
- ¿Que es un Producto?
- Fases del Ciclo de Vida del Producto

Clase 2: Introducción y Contexto.

- PMF, Product Market Fit
- Productos Digitales
- El Manifiesto Ágil
- Las “esencias” ágiles: Iteraciones, Individuos, Valor Temprano y Calidad
- Los “valores” ágiles: Coraje, Comunicación, Retroalimentación y Simplicidad
- Mentalidad Ágil
- Anti patrones de Product Management
- PRD (Product Requirements Document)

Unidad 2: Clase 3: Identidad y Diferenciación de Productos.

- Visión. Proposición de Valor
- Mercado Objetivo
- El producto en la Empresa
- Técnicas de Validación

Clase 4: Identidad y Diferenciación de Productos.

- Feedbacks Grids
- Empathy Maps
- Assumption Grids
- Product Canvas
- Lean UX Canvas
- Conclusiones

Unidad 3: Clase 5: Ideación y lanzamiento de Productos.

- Introducción: Evolución del Brainstorming
- Nombres de Producto Consideraciones
- Viralización de Productos
- Gamification

Experto en Product Manager

Clase 6: Identidad y Diferenciación de Productos.

- Momentos de Lanzamiento
- TAM SAM SOM
- Design Thinking
- Modelo de Design Sprint - Google

Unidad 4: Clase 7: Estrategias de Construcción del Producto.

- BackLog de Producto
- Product Roadmap
- Planning Onion
- Business Canvas

Clase 8: Identidad y Diferenciación de Productos.

- Historias de Usuario
- Story Mapping
- Features, Bugs, Risk/Compliance y Technical Debt ("The Flow Framework®")
- Planificación Ágil de Releases

MÓDULO II: User Experience y Tecnología en la era del Software

Unidad 1: Clase 9: Experiencia de Usuario.

- Empatía con el Usuario
- Clientes versus usuarios, en qué concentrarse
- Concepto de Persona y Segmentación
- Primary Personas, Secondary Personas y otras categorías
- User Journeys
- Genoma de Contenido
- Necesidades y Problemas versus Soluciones (círculo dorado)

Clase 10: Experiencia de Usuario.

- Trazabilidad de las acciones de los Usuarios
- Desarrollo Guiado por Hipótesis
- Diseño de Interfaces, Usabilidad
- Coherencia de Diseño y Experiencia de Usuario
- Accesibilidad
- Idioma de un Producto

Unidad 2: Clase 11: User Research y MVPs.

- Necesidades versus Requerimientos
- Kano Análisis

Experto en Product Manager

- Priorización por MoSCoW
- Principio de Pareto o Regla del 80/20
- Observación Directa e Indirecta
- Funnel de Ventas
- MVP y MVF

Clase 12: User Research y MVPs.

- Lean Startup
- Lean UX
- Testing A/B
- Canary Release & Rolling Deployment
- Concierge
- Mystery Shopper
- Feature Stub

Unidad 3: Clase 13: Productos con Desarrollo de Software.

- Introducción al ciclo de vida de desarrollo de SW
- Metodologías Ágiles
- El Manifiesto Ágil
- Las “esencias” ágiles: Iteraciones, Individuos, Valor Temprano y Calidad
- Principios Ágiles

Clase 14: Productos con Desarrollo de Software.

- Technical Debt y su importancia
- Problemática del SW: No determinístico
- El rol del Gerente de Producto en la era del SW
- Cloud y Contenerización
- Guardias y esquema de soporte de un producto
- Lenguajes de Programación

Unidad 4: Clase 15: Datos e Inteligencia Artificial.

- Introducción
- El valor de los datos en la era del SW
- Métricas de Producto (MAU, NPS, CAC, ARPU, CPM y CTR entre otras)
- Los datos como fuente única de respuesta a la evolución del Producto
- Big Data
- Inferencia Estadística
- Inteligencia Artificial y Modelos de Aprendizaje (Machine Learning)

Experto en Product Manager

MODULO III: Product Strategy

Unidad 1: Clase 16: Modelos Económico-Financieros de Sustentabilidad y Crecimiento.

- Eficiencia Tradicional vs Eficiencia Agile
- Investigación de Usuario vs Investigación de Mercado
- Inversión ágil
- Valor de Negocio
- Beneficio, VAN, ROI y TIR
- Beyond Budgeting, Más allá del Presupuesto

Clase 17: Modelos Económico-Financieros de Sustentabilidad y Crecimiento.

- Priorización WSJF
- IaaS, PaaS y SaaS.. Oportunidades en la Nube
- Comercio Electrónico B2C, B2C
- Planes de Financiación
- Ecosistemas Digitales
- Modelos Premium, Free y Freemium

Unidad 2: Clase 18: Estrategia de Producto.

- Distintos Escenarios de Producto
- Silicon Valley, Aprendizajes
- Dimensionamiento de Mercado
- FODA para Estrategia
- Análisis Competitivo
- Estrategia Blue Ocean
- KPIs y sus diferencias con OKRs

Clase 19: Estrategia de Producto.

- El PM, la Organización y sus Objetivos
- Indicadores Adelantados y Rezagados para PMs
- Contratos Agile, alerta PM
- Métricas Pirata AARRR
- HEART, métricas de Google

Unidad 3: Clase 20: Cultura de Trabajo y Liderazgo.

- Sinergia con Equipo
- Product Manager Extendido
- Modelo Tuckman
- Cultura de Aprendizaje e Innovación