



centro adscrito a:



UNIVERSITAT POLITÈCNICA
DE CATALUNYA
BARCELONATECH

POSGRADO EN INNOVACIÓN Y EMPRENDIMIENTO

GUÍA DOCENTE DE PRODUCT MANAGEMENT Y GROWTH HACKING

[2020-21]

DATOS GENERALES

Nombre del módulo:	Product Management y Growth Hacking
Curso:	2020-21 Primer cuatrimestre
Titulación:	Posgrado en Innovación y Emprendimiento
Número de créditos (ECTS):	
Fecha de la última revisión:	Octubre de 2020
Profesor Responsable:	Prof. Santiago Román Ferro

1. DESCRIPCIÓN GENERAL

El Product Manager (PM) es uno de los roles claves en una empresa tecnológica. Es el máximo responsable del producto en organizaciones donde el producto lo es todo. Su función es mucho más compleja y transversal que la del PM clásico de los departamentos de marketing de empresas de consumo. Requiere capacidades y competencias interdisciplinares: el PM ha de saber de negocio, desarrollo y experiencia de usuario. Actualmente, son perfiles difíciles de encontrar en el mercado. Su misión se desarrolla en un entorno muy dinámico que requieren un conocimiento profundo del cliente junto con las competencias para poder implementar la visión del producto de forma rápida e iterativa.

Asimismo otro de los roles claves dentro de las start-ups tecnológicas es el de los equipos de crecimiento o Growth (también denominados Growth Hackers). Son los responsables del desarrollo de los canales de adquisición de tráfico y de crear los mecanismos de retención de los usuarios para lograr crecimientos sólidos. Veréis que las técnicas de Growth son muy especializadas y requieren un conocimiento muy profundo de los diferentes canales, formatos y técnicas para lograr crecimientos exponenciales en poco tiempo. Una disciplina muy intensa y del que depende en gran medida la supervivencia de una start-up en sus primeros años.

Como podéis intuir, ambos roles están muy relacionados y han de trabajar de forma coordinada para lograr los objetivos de una organización en una etapa donde se asumen muchos riesgos, y es necesario demostrar rápidamente que el producto tiene demanda y que está dispuesto a pagar por él.

2. OBJETIVOS

- Entender claramente los roles de un Product Manager y del equipo de Growth dentro de una start-up, así como saber cuáles son las responsabilidades de cada uno y sus objetivos.

- Conocer las competencias y capacidades necesarias para ejercer estos roles tan transversales y especializados.
- Conocer las principales técnicas de gestión de un producto tecnológico.
- Crear un modelo de crecimiento.

Ambos roles son relativamente nuevos en el contexto de organizaciones muy dinámicas, que asumen mucho riesgo, y que obligan a desarrollos acelerados para demostrar resultados rápidamente.

3. CONTENIDOS

TEMA 1. Product Management

TEMA 2. Creando un modelo de crecimiento (Growth)

TEMA 1. Product Management

Resultados del aprendizaje

Analizaremos la figura del Product Manager (PM) de una start-up o empresa tecnología. Es un rol diferente al del clásico PM de una empresa de consumo. Su rol es mucho más técnico y multidisciplinar como veremos en el transcurso del módulo. El PM es una figura crítica en el devenir de la compañía ya que es el máximo responsable del producto y su misión es entregar al mercado un producto que tenga demanda.

Contenido

1. El rol del Product Manager dentro de una organización.
2. El arte de conceptualizar nuevos productos.
3. La toma de decisiones como Product Manager.
4. Errores que evitar por un Product Manager.
5. Instrumentación de un Product Manager
6. Análisis de *postmortem*.

TEMA 2. Creando un modelo de crecimiento (Growth)

Resultados del aprendizaje

Estudiaremos los modelos de crecimiento (Growth). Una vez se ha conseguido el encaje del producto con el mercado y se confirma cierta tracción en la adopción del producto/servicio, es momento de invertir en crecimiento.

Contenido

1. Modelo de análisis AARRR.
2. Crear modelos de crecimiento.
3. Gestión del crecimiento.
4. Ejemplos de modelo de crecimiento de las principales start-ups.

4. METODOLOGÍA DE ENSEÑANZA Y APRENDIZAJE

El proceso de aprendizaje experiencial en Euncet Business School combina un conjunto de metodologías que permiten al participante alcanzar de una forma práctica e innovadora las competencias propias del perfil profesional de salida establecido en un programa executive.

CLASES PARTICIPATIVAS

Las sesiones lectivas se llevan a cabo mediante la interacción permanente entre el alumnado y el profesorado que las imparte con la finalidad de contrastar los conceptos tratados mediante análisis y debate abierto con el apoyo de casos prácticos reales y simulaciones orientadas a la toma de decisiones.

CASOS PRÁCTICOS

Resolución de supuestos de problemáticas empresariales para experimentar la aplicación práctica de los contenidos teóricos de las diferentes asignaturas.

APRENDIZAJE POR PROYECTOS

Realización de trabajos en grupo para desarrollar y presentar tareas y proyectos, resolviendo situaciones o retos.

5. EVALUACIÓN

Los programas Executive Modular Education están basados en un modelo de evaluación por competencias, en el cual se valora el progreso del estudiante en la consecución de los objetivos planteados en el programa de estudios. Se basa en la reflexión y el análisis de casos prácticos de la vida real, simulaciones y Business Case que contribuyan a la toma de decisiones empresariales.

La calificación final de la materia se calculará haciendo la media aritmética de las notas obtenidas en los diferentes casos prácticos, ejercicios y/o presentación de trabajos prácticos o proyectos realizados de forma individual o grupal.

ACTIVIDAD DE EVALUACIÓN	PONDERACIÓN
Actividad evaluativa individual	50 %
Actividad evaluativa grupal	50 %

6. BIBLIOGRAFÍA

6.1. BIBLIOGRAFÍA BÁSICA

- *Growth Hackers* [en línea]. Disponible en: <www.growthhackers.com>.
- *First Round* [en línea]. Disponible en: <<http://firstround.com>>.
- *Mattermark* [en línea]. Disponible en: <<https://mattermark.com/blog/>>.
- *Brian Balfour* [en línea]. Disponible en: <www.coelevate.com>.
- *Reforge* [en línea]. Disponible en: <<http://reforge.com>>.
- Rekhi, Sachin. *Sachin Rekhi* [en línea]. Disponible en: <<http://www.sachinrekhi.com>>.
- *ThinkGrowth.org* [en línea]. Disponible en: <<https://thinkgrowth.org/>>.
- *Product Management* [en línea]. Disponible en: <<https://www.diigo.com/outliner/1vb39l/Product-Management-Growth?key=w87nzwd53x>>.

6.2. BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA

- Detroja, Parth; Agashe, Aditya; Mehta, Neel. *Swipe to unlock: the primer on technology and business strategy*. 2017. ISBN 9781976182198.
- Eyal, Nir. *Hooked: how to build habit-forming products*. London: Portfolio Penguin, 2014. ISBN 9780241184837.
- Lerner, Cliff. *Explosive growth: a few things I learned while growing to 100 million users & and losing \$78 million*. Clifford Ventures Corporation, 2017. ISBN 9781544507200.
- Moore, Geoffrey A. *Crossing the chasm: marketing and selling disruptive products to mainstream customers*. 3.ª ed. New York: Harper Business, 2014. ISBN 9780062292988.
- Doerr, John. *Measure what matters: how Google, Bono, and the Gates Foundation rock the world with OKRs*. New York: Portfolio/Penguin, 2018. ISBN 0525536221.



centro adscrito a:



UNIVERSITAT POLITÈCNICA
DE CATALUNYA
BARCELONATECH

- Hoffman, Reid; Yeh, Chris. *Blitzscaling: the lightning-fast path to building massively valuable companies*. Currency, 2018. ISBN 9781524761417.