



centro adscrito a:



UNIVERSITAT POLITÈCNICA
DE CATALUNYA
BARCELONATECH

POSGRADO EN INNOVACIÓN Y EMPRENDIMIENTO

GUÍA DOCENTE DE PRODUCT MANAGEMENT Y GROWTH HACKING

[2021-2022]

DATOS GENERALES

Nombre del módulo:	Product Management y Growth Hacking
Curso:	2021 - 2022 Primer cuatrimestre
Titulación:	Posgrado en Innovación y Emprendimiento
Número de créditos (ECTS):	5
Fecha de la última revisión:	Septiembre de 2021
Profesor Responsable:	Prof. Cecilia Richero, Prof. Ubaldo Hervás

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 Squads, liderados habitualmente por el Head of Growth. Estos son los responsables de implementar un sistema de experimentación en la empresa focalizado en el crecimiento y mejora de las métricas que necesite el negocio en cada momento.

Las técnicas de Growth pueden englobar casi cualquier área: desde publicidad digital, CRO, SEO, UX/UI, redes sociales, programación, entre otros. Requieren un conocimiento muy profundo de los diferentes canales, formatos y técnicas y un equipo interfuncional capaz de lograr crecimientos lo más rápido posible. Esta es una disciplina muy intensa que permite generar un método de trabajo muy diferente al que en empresas convencionales estamos acostumbrados: Se basa, sobre todo, en la cultura de la experimentación.

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.
- Descubrir cómo incorporar la metodología Growth Hacking en tu empresa

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: El rol y la conceptualización de productos.

TEMA 2. Product Management: Instrumentación, roadmaps y análisis postmortem.

TEMA 3. Growth Hacking: Metodología, framework y growth mindset

TEMA 4. Growth Hacking: Funnel AARR y proyectos growth hacking

TEMA 1. Product Management: El Rol y la conceptualización de productos

Resultados del aprendizaje

En este tema el participante conocerá en qué consiste el rol del Product Manager, así como la función del equipo de Producto en una organización. Se verán los diferentes tipos de Product Managers, las posibles jerarquías en esta área, y las competencias necesarias en un perfil de Producto.

Se verán también los diferentes pasos en el proceso de crear un producto, su lanzamiento, y la creación y seguimiento de nuevas funcionalidades.

Contenido

1. ¿Qué es un Product Manager? Rol y Responsabilidades
2. ¿Cuál es la función del equipo de Producto?
3. ¿Qué competencias y conocimientos son necesarios para el rol?
4. Conceptualización de Producto: Why, How, What
5. Entender al Usuario
6. Herramientas para pasar de concepto a creación
7. Lanzamiento y Seguimiento

TEMA 2. Product Management: Instrumentación, Roadmaps y análisis postmortem

Resultados del aprendizaje

El participante conocerá diferentes herramientas necesarias para la gestión de producto, teniendo en cuenta los diferentes tipos de información a los que tendrá acceso y deberá manejar. Se mostrarán diferentes tipos de datos y su importancia, cómo usarlos para mejorar el producto, y diferentes formas de priorizar los requisitos.

Se seguirá el proceso de creación de un Roadmap y su alineación con los objetivos de negocio, así como el valor de las interacciones con otras áreas.

Contenido

1. El papel de la visión y objetivos de negocio
2. Recogida de requerimientos
3. La importancia de los datos
4. Gestión de la información y metodologías de priorización
5. Creación de un Roadmap
6. El papel de la Comunicación

TEMA 3. Growth Hacking: Metodología, framework y growth mindset

Resultados del aprendizaje

El participante conocerá qué es la metodología Growth Hacking, los motivos por los que aparece esta metodología, los principios elementales de la misma y los puntos clave a la hora de implementarla en cualquier tipo de organización. Se aprenderá el framework de Growth Hacking, los criterios de priorización de experimentos y las claves para liderar equipos de growth y mantener una cultura de la experimentación en la organización sostenible en el tiempo.

Contenido

1. Qué es el Growth Hacking
2. ¿Por qué aparece el Growth Hacking?
3. Principios de la metodología
4. Framework Growth Hacking
5. Liderazgo en equipos de growth
6. Funnel AARRR

TEMA 4. Growth Hacking: Funnel AARR y proyectos growth hacking

Resultados del aprendizaje

En este tema se abordará de forma práctica distintos casos prácticos a lo largo del funnel AARRR aplicando la metodología Growth Hacking. También se estudiará los pros y contras de aplicar esta metodología en industrias offline y online y se trabajarán los puntos claves para abordar con éxito este tipo de proyectos.

Contenido

1. Casos prácticos: Funnel AARRR
2. Tipo de proyectos para Growth Hacking
3. Cómo incorporar la metodología
4. ¿Qué es el growth mindset?
5. Consejos durante implementación
6. Conclusiones

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.

6. BIBLIOGRAFÍA

6.1. BIBLIOGRAFÍA BÁSICA

- *Andrew Chen* [en línea]. Disponible en: <<https://andrewchen.com/>>.
- *Brian Balfour* [en línea]. Disponible en: <www.brianbalfour.com>.
- *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/>>.
- *Reforge* [en línea]. Disponible en: <<http://reforge.com>>.
- *Rekhi, Sachin. Sachin Rekhi* [en línea]. Disponible en: <<http://www.sachinrekhi.com>>.
- *Product Management* [en línea]. Disponible en:
<<https://www.diigo.com/outliner/1vb39l/Product-Management-Growth?key=w87nzwd53x>>
- *ThinkGrowth.org* [en línea]. Disponible en: <<https://thinkgrowth.org/>>.
- Anon, J; Gonzalez de Villaumbrosia, C (2017). *The Product Book*, ed. Product School

- Lombardo, C.T.; McCarthy, B.; Ryan, E.; Connors, M (2017). *Product Roadmaps Relunched*, ed. O'Reilly

6.2. BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA

- Banfield, Richard; Eriksson, Martin; Walkingshaw, Nate. *Product Leadership: How Top Product Managers Launch Awesome Products and Build Successful Teams*. O'Reilly.
- Cagan, Marty; *INSPIRED: How to Create Tech Products Customers Love*. John Wiley & Sons.
- Croll, Alistair; Yoskovitz, Benjamin. *Lean Analytics*, ed. O'Reilly.
- Detroja, Parth; Agashe, Aditya; Mehta, Neel. *Swipe to unlock: the primer on technology and business strategy*. 2017. ISBN 9781976182198.
- Doerr, John. *Measure what matters: how Google, Bono, and the Gates Foundation rock the world with OKRs*. New York: Portfolio/Penguin, 2018. ISBN 0525536221.
- Eyal, Nir. *Hooked: how to build habit-forming products*. London: Portfolio Penguin, 2014. ISBN 9780241184837.
- Hoffman, Reid; Yeh, Chris. *Blitzscaling: the lightning-fast path to building massively valuable companies*. Currency, 2018. ISBN 9781524761417.
- Lerner, Cliff. *Explosive growth: a few things I learned while growing to 100 million users & 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.
- Sean Ellis & Morgan Brown. *El método Hacking Growth*, ed. Penguin Random House.

6.3. LINKS DE INTERÉS

1. Product Management
 - <https://productschool.com/blog/product-management-2/skills/leadership/features-team-product/>
 - <https://www.bringthedonuts.com/essays/what-to-do-in-your-first-30-days-as-product-manager.html>

- <https://productschool.com/blog/product-management-2/types-product-management-roles/>
 - <https://www.productplan.com/learn/product-management-small-company-large-company/>
2. Lean Methodology
- <http://theleanstartup.com/principles>
 - <https://retos-operaciones-logistica.eae.es/lean-ux-definicion-y-beneficios/>
3. E-commerce Metrics
- <https://www.bigcommerce.com/blog/ecommerce-metrics/#understanding-customer-stages>
 - <https://www.product-frameworks.com/AARRR-Metrics.html>
 - <https://www.productplan.com/glossary/aarr-framework/>
 - <https://www.tableau.com/learn/articles/vanity-metrics>
 - <https://www.crazyegg.com/blog/glossary/what-is-a-vanity-metric/>
4. Roadmaps & Prioritization
- <https://www.productplan.com/learn/long-term-roadmap-short-term-roadmap/>
 - <https://roadmunk.com/guides/how-to-use-a-product-strategy-and-product-vision-to-plan-your-roadmap/>
 - <https://roadmunk.com/guides/qualitative-and-quantitative-data-for-the-product-roadmap/>
 - <https://www.intercom.com/blog/rice-simple-prioritization-for-product-managers/>
5. Growth Hacking team
- <https://andrewchen.com/how-to-build-a-growth-team/>
 - <https://samueljwoods.com/perfect-growth-hacking-team/>
 - <https://singularsolving.com/orquestacion-estrategica/>
6. Growth Hacking Basics
- <https://brianbalfour.com/essays/growth-insights>

- <https://brianbalfour.com/essays/growth-vs-marketing-vs-product#:~:text=Product%20teams%20are%20very%20focused,value%20as%20quickly%20as%20possible>
- https://medium.com/swlh/breaking-news-growth-hacking-is-not-magic-its-a-step-by-step-process-6018a46e09bc?_branch_match_id=766591459717556617