UTN.BA
UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA NACIONAL
FACULTAD REGIONAL BUENOS AIRES

Centro de e-Learning
Secretaría de Cultura y Extensión Universitaria

Diplomatura en Product Management

Centro de e-Learning SCEU UTN-BA.
Medrano 951 2do piso (1179) // Tel. +54 11 4867 7589 / Fax +54 11 4032 0148.
https://sceu.frba.utn.edu.ar/e-learning

Tipo de Trayecto formativo: Diplomatura

Título del trayecto formativo: Diplomatura en Product Management

Presentación:

El mundo actual está regido por nuevos actores, nuevas herramientas y fundamentalmente por nuevas reglas. El momento actual es también definido como la era Digital, en donde los grandes volúmenes de datos y el estado actual de la tecnología generan un mercado mucho más orientado a Productos que a Proyectos y herramientas tradicionales.

Los productos que se generan actualmente son tan innovadores y responden a un modelo de negocios tan distinto que requieren una especialización en product management más allá de las técnicas y prácticas generales.

Los ejemplos son casi infinitos, desde cualquier aplicación para un smartphone, pasando también por las clásicas páginas web de e-commerce, hasta soluciones internas por ejemplo de RRHH que den soporte a un área organizacional. Todo recibe un abordaje de Producto por sobre un proyecto u operaciones y es casi una regla contar con soluciones que de una forma directa o indirecta precisen de **un rol central que lidere todo lo referido al producto: El Product Manager**.

Nuestra Diplomatura propone una formación holística y de avanzada sobre la gestión de productos, otorgando herramientas para poder gestionar un Producto desde su creación y lanzamiento hasta su eventual retiro.

Es un entrenamiento avanzado que cubre todo el marco de actividades que un Product Manager debe liderar, desde Product Discovery y Product Strategy hasta Product Delivery: Experiencia de Usuario, Datos, Mentalidad Ágile, Software y Estrategia de Producto, entre otros.

Objetivo General:

Desarrollar las habilidades para convertirse en Gerente de Producto Senior

Objetivos Específicos:

- Entender la diversidad de prácticas, marcos de trabajo y herramientas necesarias para la creación y desarrollo de un Producto, desde UX (User Experience), pasando por desarrollo y centrándose en el Product Management propiamente dicho.
- Formarse como Product Managers o Gerentes de Producto.
- Comprender los fundamentos para poder Idear y Desarrollar funcionalidades en forma adaptativa e iterativa.
- Comprender y dominar los principales “exponentes” de Ágiles, como ser Scrum, Lean y Kanban.

Preparación para la certificación: N/A

Destinatarios:

- Este curso está orientado a personas que tengan como objetivo familiarizarse y entrenarse la creación, visión y estrategia de Producto. Entre otros: • Product Managers • Product Owners • Emprendedores • Líderes Organizacionales • Gerentes de Proyecto que deseen transformarse a Product Managers • Ingenieros • Analistas de Procesos • Diseñadores • Analistas Funcionales • Personas de cualquier área (RRHH, Marketing, Sistemas u otras) con interés en la gestión de Productos

Idiomas:

- Español

Metodología De Enseñanza-Aprendizaje:

Toda la comunicación con los tutores la tendrás por medio de nuestro Campus Virtual, el cual está disponible las 24hs y donde encontrarás:

- Foros de debate.
- Consultas al tutor por medio de foros y mensajería interna.
- Material de lectura obligatoria.
- Contenidos complementarios.
- Actividades y trabajos integradores individuales y/o grupales.
- Clase en tiempo real, mínimo 1 encuentro cada 15 días, a través de Zoom.

Modalidad de Evaluación y Acreditación:

Para la acreditación de un trayecto formativo se tiene en cuenta:

- La lectura y visualización de todos los contenidos.
- Grado de participación en todos los foros de debate y actividades propuestas.
- La entrega y aprobación de todas las actividades y ejercicios que se consignen como obligatorios.
- El alumno deberá finalizar la cursada dentro de la duración del trayecto sin excepción. Terminado el mismo, no podrá entregar ninguna actividad obligatoria adeudada.
- La aprobación de la Evaluación Integradora Final, la cual puede ser un Trabajo Práctico o un Cuestionario Multiple Choice.

Al culminar el trayecto formativo, de haber cumplido con lo anteriormente nombrado se te otorgará un Certificado de Aprobación. En caso de haberlo hecho parcialmente, se te entregará un Certificado de Participación. Para conocer más acerca de nuestros certificados, consulte este artículo.

Certificación:

- UTN

Bibliografía:

- Kelley, T. Littman, J. (2018). The Art of Innovation: Lessons in Creativity from IDEO, America's Leading Design Firm (1 ed., Vol. 1, pp.). NY, Currency
- Soltero, C. (2012). The 7 Kata Toyota (1 ed., Vol. 1, pp.). NY, Productivity Press
- Betancur, J. (2017). The Art of Design Thinking: Make more of your Design Thinking workshops (1 ed., Vol. 1, pp.). NY, Independently published
- Kalbach, J. (2016). Mapping Experiences: A Complete Guide to Creating Value through Journeys, Blueprints, and Diagrams (1 ed., Vol. 1, pp.). NY, O'Reilly Media
- Rasmusson, J. (2010). The Agile Samurai: How Agile Masters Deliver Great Software (1 ed., Vol. 1, pp.). NY, Pracmatic Programmers
- Apello, J. (2018). Management 3.0: Leading Agile Developers, Developing Agile Leaders (1 ed., Vol. 1, pp.). NY, Addison Wesley
- Schwaber,K. Sutherland, J. (2017). The Scrum Guide - The Definitive Guide to Scrum: The Rules of the Game (1 ed., Vol. 1, pp.). NY, Creative Commons
- Pichler, R. (2016). Strategyze (1 ed., Vol. 1, pp.). NY, Addison Wesley
- Poppendieck, M.T., N. (2003). Lean software development: an agile toolkit for

software development managers (1 ed., Vol. 1, pp.). NY, Addison Wesley
- Ries, E. (2011). The Lean Startup: How Today's Entrepreneurs Use Continuous Innovation to Create Radically Successful Businesses (1 ed., Vol. 1, pp.). NY, Crown Pub Inc
- Humble, J. (2010). Continuous Delivery (1 ed., Vol. 1, pp.). NY, Addison-Wesley Professional.

Temario

- Modulo 1: Introducción y Conceptos Fundacionales del Product Management
  - Unidad 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
    - 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: Identidad y Diferenciación de Productos
    - Visión
    - Proposición de Valor
    - Mercado Objetivo
    - El producto en la Empresa
    - Técnicas de Validación
    - Feedbacks Grids
    - Empathy Maps
    - Assumption Grids
    - Product Canvas
    - Lean UX Canvas
    - Conclusiones
  - Unidad 3: Ideación y Lanzamiento de Productos
    - Introducción: Evolución del Brainstorming

        - Nombres de Producto Consideraciones
        - Viralización de Productos
        - Gamification
        - Momentos de Lanzamiento
        - TAM SAM SOM
        - Design Thinking
        - Modelo de Design Sprint - Google
    - Unidad 4: Estrategia de Construcción del Producto
        - BackLog de Producto
        - Product Roadmap
        - Planning Onion
        - Business Canvas
        - Historias de Usuario
        - Story Mapping
        - Features, Bugs, Risk/Compliance y Technical Debt (“The Flow Framework®”)
        - Planificación Ágil de Releases
        - Conclusiones

- Modulo 2: User Experience y Tecnologías en la era del Software
    - Unidad 1: Experiencia de Usuario
        - Empatía con el Usuario
        - Clientes vs 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)
        - Trazabilidad de las acciones de los Usuarios
        - Desarrollo Guiado por Hipótesis
        - Diseño de Interfases, Usabilidad
        - Coherencia de Diseño y Experiencia de Usuario
        - Accesabilidad
        - Idioma de un Producto
        - Conclusiones
    - Unidad 2: User Research y MVPs
        - Necesidades vs Requerimientos
        - Kano Análisis
        - Priorización por MoSCoW
        - Principio de Pareto o Regla del 80/20

        - Observación Directa e Indirecta
        - Funnel de Ventas
        - MVP y MVF
        - Lean Startup
        - Lean UX
        - Testing A/B
        - Canary Release & Rolling Deployment
        - Concierge
        - Mystery Shopper
        - Feature Stub
        - Conclusiones
    - Unidad 3: 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
        - 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
        - Conclusiones
    - Unidad 4: 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)
        - Conclusiones

- Modulo 3: Product Strategy
    - Unidad 1: Modelos Económico-Financieros de Sustentablidad 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
- 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: 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
  - El PM, la Organización y sus Objetivos
  - Indicadores Adelantados y Rezagados para PMs
  - Contratos Agile, alerta PM
  - Métricas Pirata AARRR
  - HEART, métricas de Google
  - Conclusiones
- Unidad 3: Cultura de trabajo, Liderazgo de personas e Interacciones
  - Sinergia con Equipo
  - Product Manager Extendido
  - Modelo Tuckman
  - Cultura de Aprendizaje e Innovación
  - Pedidos, Acuerdos y Reclamos
  - Cambios Sostenibles, ADKAR
  - Ocho Niveles de Conciencia para evaluar dónde está el equipo
  - El Product Manager como Comunicador
  - Motivación ¿cómo mantener la brasa encendida?
  - Conclusiones
- Unidad 4: OKRs para Product Management
  - OKRs: Breve reseña sobre su origen
  - OKRs: Introducción
  - OKRs: La fórmula de Doerr y el Marissa Mayer’s Dixit
  - Frecuencia de OKRs: Cadencia
  - El máximo nivel Organizacional y su relación con los OKR
  - Check-Ins

- Acciones versus KRs
- Seguimiento y Medición de OKRs
- Cambio Cultural de OKRs
- OKRs : Específicamente para Productos
- Otros ejemplos de OKRs para Productos
- Conclusiones

Duración: 12 Semanas

Carga Horaria (Horas): 90

CV resumidos Profesores y Coordinadores:

Ulises Martins

Ulises Martins es Ingeniero en Sistemas de Información de la Universidad Tecnológica Nacional (UTN). Posee un Postgrado en Ingeniería en Calidad (UTN), un Postgrado en Gestión Tecnológica (Universidad Austral) y las certificaciones Product Manager,Project Management Professional, Agile Certified Practitioner, Certified ScrumMaster, OKR Certified Professional e ITIL4. Habiendo comenzado su carrera en 1996, trabajó en diversas posiciones (soporte, desarrollo, testing, integración, arquitectura y gestión de proyectos) en distintas organizaciones multinacionales. Su experiencia laboral comprende más de 25 años trabajando en proyectos de IT en compañías como Accenture, Telefónica de Argentina, Banco Santander, IBM, Capgemini, Banco Galicia, Banco de Córdoba Kimberly-Clark y SAP. De los distintos desafíos en los que trabajó se destacan el liderazgo de un equipo de más de 70 personas (SW Factory), Proyectos complejos distribuidos en Latinoamérica, Servicios de infraestructura para todas las sucursales y casas centrales de Banco Santander en Argentina, Proyectos de outsourcing para España y la Migración de Datos del sistema CORE Banking de Banco Galicia a SAP Banking Services (2M de Cuentas y 102M de movimientos). A nivel académico dirige el Posgrado de Gestión de Proyectos en la Universidad Tecnológica Nacional y es el creador y coordinador de diversos cursos a distancia en el área de Tecnología y Producto. Actualmente se desempeña como Product Manager en una importante multinacional de la industria financiera

Ignacio Madrid

Ignacio es Ingeniero en informática recibido en UCEMA. En los últimos años se

dedico a desarrollo de productos digitales tanto en etapas iniciales como productos ya establecidos, acompañando la evolución de los mismos. Trabajó en compañías como Cencosud, Globant y LA NACION. Actualmente se encuentra trabajando en Mercado Libre como Product Fintech Supervisor.

Gonzalo Suarez del Cerro

Mi nombre es Gonzalo Suarez del Cerro, soy licenciado en Comunicación de la UBA y posteriormente realicé un MBA en la USAL. Hace más de 20 años que me dedico al diseño e implementación de propuestas de valor a través de múltiples industrias, entre ellas entretenimiento, turismo, servicios profesionales y financieros. Actualmente soy miembro del equipo de Producto en Xapo coordinando las diferentes células de desarrollo e impulsando la adopción de mejores prácticas en la gestión de productos.

Maite Iglesias

Soy Diseñadora Gráfica egresada de la Universidad de Buenos Aires (UBA). A lo largo de mi carrera adquirí conocimientos desde diseño de producto hasta el desarrollo de apps y mobile games para diferentes industrias. En los últimos años me especialicé en diseño de productos digitales centrados en el usuario con el objetivo de generar impacto con experiencias significativas. Hace 3 años me desempeño como UX Lead en Banco Galicia, liderando un equipo de grandes profesionales (researchers, designers) con el desafío de transformar la banca: diseñar productos que respondan a necesidades reales y facilite la vida a los clientes a través de experiencias únicas.

Laura Ricchio

Gerente comercial en Tizado Nordelta Especialista en Marketing Practicante de Coaching y Agile Destacada experiencia en la gestión de equipos comerciales desde 2002

Maria Laura Tripaldi

Laura Tripaldi es Licenciada en Comercialización de la UADE. Tiene un Postgrado en Finanzas (UADE), una Diplomatura en Negocios Digitales (ITBA) y cursa la certificación en Growth Marketer (Coder House). Comenzó su carrera en el 2006

en empresas multinacionales y diversas posiciones: Brand/Product Manager, Innovation Manager, Trade Marketing Manager. Cuenta con más de 15 años en empresas como 3M, Unilever, General Mills, AB Mauri, entre otras. Fue responsable del lanzamiento de varias líneas de productos; lideró la renovación de la arquitectura marcaria de la principal marca de General Mills en Argentina; definió el Pipeline de Innovación de las líneas de producto a cargo. Fue líder digital lanzando marcas en las redes sociales, desarrollando estrategias digitales con sus KPIs.

Hernán Ricchio

Enterprise Agile Coach, CAL®, CSP®, CSM®,CSPO®, Coach ICF®, Lean Inception®, ACP® Desde el año 2009, ha ingresado en el camino del Agilismo, guiando la transformación a Agile de Banco Galicia, trabajando con más de 60 equipos, desde el rol de Agile Coach, Esta entre los 5 docentes más populares en agilidad de la argentina. Una de sus tareas es organizar dinámicas de trabajo para equipos, entre equipos y para toda la organización. Mentoreando a Gerentes,Scrum Master, Product Owners,Desarrolladores y guiando la transformación al agilismo en organizaciones. Colaborar en el uso de prácticas técnicas de software como Integración Continua, TDD, BDD, DevOps y SRE. Hoy trabaja guiando la Transformación Digital en Banco consultor independiente para empresas, expositor, coach y docente.

Giuliana Vazquez

Licenciada en Publicidad graduada en UADE con sólidos conocimiento en marketing digital y mercado IT desarrollando campañas de comunicación B2B en medios especializados de tecnología para el sector, con presencia en todo Latinoamérica. * Responsable de armado de estrategias para clientes en medios on y offline y planes de contenido. * Planificación de tareas diarias, manejo del equipo (definición de prioridades y asignación de proyectos) y presupuesto de pautas publicitarias.