

QUẢN LÝ SẢN PHẨM SỐ CHUYÊN NGHIỆP (DIGITAL PRODUCT MANAGEMENT PROFESSIONAL)

ĐỀ CƯƠNG ĐÀO TẠO



GIỚI THIỆU

Quản lý chu trình phát triển, triển khai sản phẩm số hiệu quả là một cấp thiết cho hoạt động chuyển đổi số diễn ra tại doanh nghiệp. Không giống như cách làm dự án truyền thống thiên hướng tập trung vào kế hoạch công việc của người quản lý. Phát triển sản phẩm số cần thích ứng nhanh với sự thay đổi từ nhu cầu thị trường, mục tiêu kinh doanh và lập kế hoạch một cách khác đi dựa trên nguồn lực và hiệu suất thực tiễn.

Quản lý sản phẩm số cần một góc nhìn khác, cách thực thi khác so với cách làm theo quản lý dự án như trước đây. Ở đó người quản lý kinh doanh đảm nhận vai trò Giám đốc Sản phẩm (Product Manager) hoặc Chủ sản phẩm (Product Owner) cần hiểu đầy đủ các khía cạnh của sản phẩm số như:

- ❖ Xác định chân dung khách hàng mục tiêu của sản phẩm số cần ưu tiên.
- ❖ Xác định được nỗi đau của khách hàng và các nhu cầu tiềm ẩn cần thoả mãn.
- ❖ Phát triển chiến lược, chiến thuật phát triển sản phẩm số để đảm bảo cả đội dự án cần tập trung giải quyết. Cần làm rõ các lợi thế cạnh tranh nổi bật trong chiến lược sản phẩm số so với đối thủ cạnh tranh.
- ❖ Phát triển tầm nhìn chiến lược sản phẩm để đội dự án cùng nhau nhìn về 1 hướng.
- ❖ Đưa ra các mục tiêu giá trị của sản phẩm số cần tập trung đạt được, các metrics cần triển khai để đo lường giá trị và dẫn dắt đội dự án.
- ❖ Phát triển các chuỗi giá trị kinh doanh số cần triển khai cho khách hàng.
- ❖ Đưa ra lộ trình phát triển sản phẩm số phù hợp với nguồn lực hiện có.
- ❖ Tổ chức yêu cầu nghiệp vụ trên Product Backlog tối ưu để tập trung phát triển sản phẩm có nhiều giá trị nhất cho khách hàng, doanh nghiệp.
- ❖ Đặc tả các yêu cầu nghiệp vụ dưới dạng câu chuyện người dùng (User Story), hỗ trợ đội ngũ viết yêu cầu đạt chất lượng hướng tới mục tiêu phát hành, lộ trình phát triển sản phẩm số.
- ❖ Tối đa hoá giá trị sản phẩm xuyên suốt vòng đời sản xuất sản phẩm số thông qua danh sách công việc cần làm.
- ❖ Kết hợp năng lực chuyên gia công nghệ của CNTT để hoạch định kiến trúc sản phẩm số và cách thức đưa kiến trúc ấy vào chu trình phát triển của đội kỹ thuật để tạo ra sự bền vững về tốc độ chuyển giao sản phẩm ra thị trường.
- ❖ Khoá đào tạo dành cho các vai trò định hướng trở thành Giám đốc Sản phẩm, Chủ Sản phẩm Chuyên nghiệp đã có hiểu biết nền tảng về kiến thức Agile/Scrum hoặc Scaled Agile. Khoá đào tạo thiết kế với kiến thức cô đọng, kịch bản thực hành sát

với thực tế cùng với một chuỗi các workshop để hiểu đầy đủ công việc của quản lý sản phẩm trong dự án triển khai theo phương pháp Agile.

THỜI LƯỢNG

3 ngày học

MỤC TIÊU ĐẠT ĐƯỢC SAU KHÓA ĐÀO TẠO

Khoá đào tạo Quản lý Sản phẩm Chuyên nghiệp tập trung vào hiểu sâu khuôn khổ Scrum và phương pháp phát triển sản phẩm số chuyển giao nhanh. Nội dung đào tạo kết hợp lý thuyết cô đọng, các nguyên tắc, các best practice trong môi trường phát triển sản phẩm số với các yêu cầu thực hành thông qua các workshop. Sau khóa đào tạo học viên sẽ đạt được:

- ❖ Hiểu về tư duy sản phẩm trong dự án theo phương pháp Agile và biết cách thức dịch chuyển tư duy thiên về quản lý dự án truyền thống sang tư duy quản lý sản phẩm.
- ❖ Hiểu được sự quan trọng của vai trò Giám đốc Sản phẩm, Chủ Sản phẩm quyết định đến sự thành công của sản phẩm số. Các năng lực cần có và hành trình thực hành để phát triển năng lực.
- ❖ Hiểu về sự quan trọng của việc tạo ra giá trị và cách thức phát triển phép đo để đo lường giá trị của sản phẩm số.
- ❖ Hiểu được đối tượng khách hàng mục tiêu của sản phẩm số là ai? Khai phá nhu cầu tiềm ẩn của khách hàng cần thoả mãn.
- ❖ Hiểu sự quan trọng của chiến lược sản phẩm số và thực hành các kỹ thuật thực hành để phát triển chiến lược sản phẩm số.
- ❖ Hiểu cách thức nâng cao môi trường làm việc dự án hiệu quả bằng việc triển khai các nguyên tắc, nguyên lý của Agile/Scrum.
- ❖ Hiểu và thực hành cách thức sắp xếp độ ưu tiên của yêu cầu trên Product Backlog để đội kỹ thuật tối đa hoá kết quả ở từng Sprint/Iteration.
- ❖ Hiểu và thực hành các kỹ thuật để tối đa hoá giá trị của sản phẩm số và hệ thống.
- ❖ Hiểu quy trình phát hành sản phẩm và thực hành các kỹ thuật để phát triển kế hoạch phát hành sản phẩm ra thị trường.
- ❖ Hiểu cách thức phát triển lộ trình phát triển sản phẩm số và cách thức tối đa hoá giá trị sản phẩm thông qua việc quản lý Product Backlog.
- ❖ Đạt được các tri thức về cơ chế của khuôn khổ Scrum và tầm quan trọng của vai trò Giám đốc Sản phẩm, Chủ Sản phẩm trong dự án.
- ❖ Định hình cách thức vai trò Giám đốc Sản phẩm, Chủ Sản phẩm tương tác với đội dự án và các đối tượng liên quan hiệu quả.

- ❖ Hiểu được cách thức người làm kinh doanh và Giám đốc Sản phẩm, Chủ Sản phẩm gắn kết với nhau trong dự án triển khai Agile/Scrum và cách thức tương tác với đội phát triển sản phẩm.
- ❖ Cung cấp cho bạn những kiến thức cần thiết gia tăng sự thành công của hành trình chuyển đổi số tại doanh nghiệp.

Thúc đẩy ứng dụng tư duy hệ thống quản lý, tư duy thiết kế, tư duy lean, phương pháp quản trị theo mục tiêu để quản trị hoạt động phát triển sản phẩm số.

ĐỐI TƯỢNG THAM DỰ

Khoá đào tạo này thiết kế dành cho:

- ❖ Giám đốc Sản phẩm (Product Manager)
- ❖ Chủ Sản phẩm (Product Owner)
- ❖ Chuyên viên Phân tích Nghiệp vụ Cao cấp (Senior Business Analyst)
- ❖ Quản lý dự án (Project Manager)
- ❖ Quản lý chương trình (Program Manager)
- ❖ Bất cứ thành viên nào muốn áp dụng phương pháp quản lý sản phẩm số theo Phương pháp Quản lý dự Agile và Khuôn khổ Scrum.

YÊU CẦU ĐẦU VÀO

- ❖ Học viên đã có hiểu biết nền tảng về phương pháp Agile/Scrum.
- ❖ Học viên đã có kinh nghiệm quản lý tối thiểu 1 năm.

NỘI DUNG KHOÁ HỌC

Chương 1: Quản lý sản phẩm số theo phương pháp Agile

- ❖ Giới thiệu về phương pháp quản lý sản phẩm số.
- ❖ Chân dung vài trò Giám đốc Sản phẩm, Chủ Sản phẩm trong phương pháp quản lý sản phẩm.
- ❖ Các lợi ích mà vai trò Giám đốc Sản phẩm, Chủ Sản phẩm cung cấp cho tổ chức.
- ❖ Tư duy sản phẩm, các thức dịch chuyển từ tư duy kỹ thuật sang tư duy sản phẩm.
- ❖ Xác định khách hàng mục tiêu của sản phẩm, áp dụng các kỹ thuật để khai phá nhu cầu tiềm ẩn cần thoả mãn.
- ❖ Sử dụng các kỹ thuật để phát triển:
 - Chiến lược sản phẩm số,
 - Tầm nhìn sản phẩm số,
 - Và lộ trình phát triển sản phẩm số ra thị trường.

Chương 2: Định hướng phát triển sản phẩm số dựa vào giá trị

- ❖ Hiểu về giá trị của sản phẩm số.

- ❖ Cách thức tạo ra sản phẩm số với nhiều giá trị ở vai trò Giám đốc Sản phẩm, Chủ Sản phẩm.
- ❖ Hiểu và phân loại các loại giá trị của sản phẩm, cách thức chọn lựa các giá trị phù hợp với chiến lược của sản phẩm số.
- ❖ Đưa ra cách thức đo lường, cách thức định hướng phát triển sản phẩm số trong hoạt động quản lý sản phẩm.
- ❖ Cách thức gắn chỉ số hiệu suất (KPI) và cách thức thực hành để đạt được các chỉ số hiệu suất.

Chương 3: Các nguyên lý của Scrum và kinh nghiệm thực hành Scrum

- ❖ Giới thiệu nguyên tắc của Scrum và cách thức Giám đốc Sản phẩm, Chủ Sản phẩm triển khai các nguyên tắc đó để quản lý phát triển sản phẩm số.
- ❖ Hiểu tại sao khuôn khổ Scrum lại hiệu quả để phát triển các sản phẩm số phức tạp.
- ❖ Cách thực hành các kỹ thuật để dẫn dắt đội dự án thực hành các nguyên tắc, nguyên lý dưới góc nhìn của Giám đốc Sản phẩm, Chủ Sản phẩm.

Chương 4: Áp dụng khuôn khổ Scrum liên quan vai trò Giám đốc Sản phẩm, Chủ Sản phẩm

- ❖ Cách thức vai trò Giám đốc Sản phẩm, Chủ Sản phẩm tương tác với các vai trò khác trong mô hình cung cấp dịch vụ của dự án Agile/Scrum.
- ❖ Cách thức vai trò Giám đốc Sản phẩm, Chủ Sản phẩm sử dụng artifacts và tạo điều kiện thuận lợi cho đội phát triển sử dụng artifacts hiệu quả.
- ❖ Cách thức vai trò Giám đốc Sản phẩm, Chủ Sản phẩm tham dự, dẫn dắt, khai thác từng nghi thức trong dự án Agile/Scrum.
- ❖ Cách thức vai trò Giám đốc Sản phẩm, Chủ Sản phẩm thực thành các nguyên tắc, nguyên lý của Agile/Scrum để hướng tới đạt được giá trị sản phẩm.
- ❖ Cách thức vai trò Giám đốc Sản phẩm, Chủ Sản phẩm thực hành liên quan đến yêu cầu, giá trị kinh doanh, kiến trúc giải pháp, sự minh bạch với đội phát triển.

Chương 5: Quản lý công việc tồn đọng của sản phẩm số

- ❖ Hiểu tại sao Giám đốc Sản phẩm, Chủ Sản phẩm là người sở hữu thật sự Product Backlog.
- ❖ Chuỗi giá trị dịch vụ số (value stream) và cách thức thiết kế dòng chảy dịch vụ.
- ❖ Cách thức thực hành để sở hữu Product Backlog.
- ❖ Cách thức tối đa hoá giá trị của sản phẩm số thông qua quản lý Product Backlog hiệu quả.
- ❖ Cách thức tổ chức, sắp xếp độ ưu tiên phát triển, cách thức làm rõ yêu cầu, cách thức chuẩn bị phát triển kiến trúc sản phẩm thông qua Product Backlog.

- ❖ Cách thức phát triển product map cho các đợt phát hành sản phẩm ra thị trường.
- ❖ Đặc tả yêu cầu dưới dạng User Story.
- ❖ Tiêu chí đánh giá yêu cầu đạt chất lượng và sẵn sàng cho hoạt động phát triển sản phẩm.
- ❖ Chiến lược phát triển yêu cầu, làm mịn yêu cầu cho đội dự án.
- ❖ Các kỹ thuật, các thực tiễn cần áp dụng ở vai trò Giám đốc Sản phẩm, Chủ Sản phẩm để quản lý Product Backlog.

Chương 6: Quản lý phát hành sản phẩm số

- ❖ Các mô hình phát hành sản phẩm tham khảo, các chiến lược phát hành sản phẩm.
- ❖ Cách tiếp cận để phát triển kế hoạch phát hành sản phẩm ra thị trường.
- ❖ Kinh nghiệm thực tiễn cần triển khai để đảm bảo kế hoạch phát hành sản phẩm số ra thị trường thành công.
- ❖ Cách thức kiểm soát chất lượng sản phẩm ở mỗi đợt phát hành.
- ❖ Cách thức đo lường giá trị sản phẩm, chỉ số hiệu suất ở mỗi đợt phát hành sản phẩm.

HƯỚNG TIẾP CẬN THỰC HÀNH

- ❖ Giảng viên sẽ phối hợp với khách hàng để phát triển 1 case study. Mục đích dựng lên 1 dự án giả lập gần với dự án thực tế của khách hàng.
- ❖ Để giúp học viên thực hành, giảng viên sẽ cung cấp một series các workshop (8-9 workshops) tùy vào case study để thực hành kiến thức và các kỹ thuật ngay tại lớp.
- ❖ Giảng viên sẽ áp dụng phương pháp coaching để huấn luyện học viên trên dự án thực hành để giúp học viên hiểu sâu cách ứng dụng vào dự án thực tế (sau lớp học) và khơi gợi học viên đặt câu hỏi.

KỊCH BẢN DIỄN RA KHOÁ ĐÀO TẠO (DỰ KIẾN)

Ngày 1:

- ❖ Workshop 1: Phát triển chân dung khách hàng mục tiêu của sản phẩm số (Persona Development)
- ❖ Workshop 2: Nỗi đau của khách hàng mục tiêu
- ❖ Workshop 3: Phát triển chiến lược sản phẩm số (Product Strategy)

Ngày 2:

- ❖ Workshop 4: Phát triển tầm nhìn sản phẩm số (Product Vision)
- ❖ Workshop 5: Thiết lập chỉ số đo giá trị của sản phẩm số (Value Metrics)
- ❖ Workshop 6: Phát triển lộ trình phát triển sản phẩm số (Product Roadmap)

Ngày 3:

- ❖ Workshop 7: Thiết kế chuỗi giá trị kinh doanh (business value stream)
- ❖ Workshop 8: Thiết kế khả năng của hiện thực hoá chuỗi giá trị kinh doanh
- ❖ Workshop 8: Phát triển yêu cầu dưới dạng User Story
- ❖ Kiểm tra cuối khoá

Ghi chú: Số lượng workshop sẽ thay đổi đôi chút tùy vào bối cảnh khoá đào tạo và mục tiêu học tập của học viên tại khoá đào tạo.