

SCRUM PRODUCT OWNERSHIP/PRODUCT MANAGEMENT

ლექტორი

თორნიკე სუბელიანი

კურსის დრო

14 შეხვედრა (28 საათი)

სახწავლო კურსის მიზნები

SCRUM PRODUCT OWNER-ის კურსის მიზანია, დამწყებ სტუდენტებს გააცნოს Product Owner-ის როლი, SCRUM-ის მუშაობის პრინციპები და პროდუქტის განვითარებისა და მართვის პრაქტიკული ტექნიკები. კურსი ფოკუსირებულია გამოცდილებით სწავლაზე, რეალურ მაგალითებსა და ინტერაქტიულ სავარჯიშოებზე, რათა სტუდენტებმა მარტივად აითვისონ პროდუქტის მართვის საფუძვლები.

კურსის შედეგად, მონაწილეები:

- გაიგებენ რა არის პროდუქტი და როგორ უნდა ჩამოაყალიბონ პროდუქტის ხედვა
- შეისწავლიან SCRUM-ის ძირითადი პრინციპებს, Sprint Planning-ს, Review-სა და რეტროსპექტივას
- შეძლებენ User Stories-ის, Acceptance Criteria-სა და ბეჭდოვანი მართვის ტექნიკების გამოყენებას
- დაეუფლებიან პრიორიტეტიზაციის მეთოდებს და ისწავლიან პროდუქტის ბეჭდოვანი ეფექტურ მართვას
- გაიგებენ, როგორ იმუშაონ დაინტერესებულ მხარეებთან, გუნდთან და ინჟინრებთან ეფექტურად
- შეისწავლიან Roadmapping-ს, რელიზების დაგეგმვას და საკვანძო მეტრიკების გამოყენებას
- მიიღებენ პრაქტიკულ გამოცდილებას რეალური Product Owner-ის როლში როლური თამაშებისა და გუნდის მუშაობის მოდელირებით

მონაწილეებს ექნებათ შესაძლებლობა, დასასრულს წარადგინონ საკუთარი პროდუქტის იდეა, მისი ხედვა, ბეჭდოვანი და Roadmap-ი, რაც მათ დაეხმარება კარიერული ნაბიჯების გადადგმაში.

სახწავლო კურსის შინაარსი

ლექცია 1: შესავალი PRODUCT OWNER-ის სამყაროში

- კურსის მიმოხილვა, შეფასების კრიტერიუმები
- რა არის პროდუქტი?
- მაგალითები ყოველდღიურობიდან: ციფრული პროდუქტები; პროდუქტი, როგორც სერვისი
- Agile-ის ძირითადი იდეა

- თამაში, მოკლე პრაქტიკა „Waterfall vs Agile“
- Scrum Framework-ის პრინციპები, ღირებულებები, მოდელი
- რა არის Product Owner და რას აკეთებს?
- პროდუქტის და პროექტის განსხვავებული ხედვა

ლექცია 2: AGILE და SCRUM – როგორ ვმუშაობთ გუნდში?

- უფრო მეტი Agile-ზე, მის მნიშვნელობაზე და Framework-ებზე
- Scrum Framework: როლები, ცერემონიები, არტეფაქტები
- Agile ტრანსფორმაციის წარმატებული მაგალითები რეალური ცხოვრებიდან
- **გუნდური სავარჯიშო**

ლექცია 3: როგორ ვხედავთ პროდუქტს? (პროდუქტის ხედვა და მიზნები)

- პროდუქტის ხედვის მნიშვნელობა და რას ნიშნავს პრაქტიკაში
- პროდუქტის ხედვის განსაზღვრა და სწორი კომუნიკაცია
- რეალური მაგალითები: პოპულარული პროდუქტის ხედვები;
- **დავალება #1**

ლექცია 4: პროდუქტის ბეჭდოვანი – როგორ ვმართოთ მოთხოვნები?

- პროდუქტის ხედვისა და პროდუქტის ბეჭდოვანის ერთმანეთთან დაკავშირება
- რა არის ბეჭდოვანი და როგორ ვაღაგებთ მას?
- Product owner-ის როლი ბეჭდოვანის მართვაში
- პრიორიტეტიზაციის მარტივი მეთოდები
- **პრაქტიკული დავალება #2**

ლექცია 5: მომხმარებლის საჭიროებები და USER STORY-ები

- რა როლი აქვს მომხმარებელს პროდუქტისთვის
- რა არის User story და რისთვის ვიყენებთ მას
- User Story-ის წერის მარტივი მეთოდები
- ჩაბარების კრიტერიუმების (Acceptance Criteria) მნიშვნელობა
- **პრაქტიკული დავალება #3**

ლექცია 6: დაინტერესებულ პირთა ჩართულობის უზრუნველყოფა და მათთან კომუნიკაციის მართვა; მოლოდინებისა და პრიორიტეტების მართვა

- დაინტერესებულ პირთა ჩართულობის მნიშვნელობა
- დაინტერესებულ პირთა იდენტიფიცირება
- Product Owner-ის დაინტერესებულ პირებთან კომუნიკაციის სტრატეგიები
- ნდობის მნიშვნელობა
- მოლოდინების, პრიორიტეტებისა და კონფლიქტური საჭიროებების მართვის ტექნიკები

ლექცია 7: პროდუქტთან დაკავშირებული გადანყვეტილებების მიღება

- როგორ ვიღებთ მონაცემებზე დაფუძნებულ გადანყვეტილებებს
- რატომ არის მნიშვნელოვანი მეტრიკები

- საკვანძო მეტრიკები Product Owner-ისთვის
- **პრაქტიკული დავალება #4**

ლექცია 8: PRODUCT OWNER-ის წილი სპრინტის დაგეგმვის ცერემონიაზე

- რა არის სპრინტის დაგეგმვის ცერემონიის მიზანი
- Product Owner-ის პასუხისმგებლობები სპრინტის დაგეგმვის ცერემონიაზე
- რატომ არის მნიშვნელოვანი განვსაზღვროთ სპრინტის მიზანი
- რა გამოწვევები შეიძლება ჰქონდეს სპრინტის დაგეგმვის ცერემონიას

ლექცია 9: სპრინტის REVIEW-სა და რეტროს მნიშვნელობა და PRODUCT OWNER-ის პასუხისმგებლობები ამ ცერემონიებზე

- რა არის Review ცერემონიის მიზანი
- რა არის რეტროს ცერემონიის მიზანი
- Product Owner-ის პასუხისმგებლობები სპრინტის Review ცერემონიაზე და ეფექტურად წარმართვის ტექნიკები
- Product Owner-ის პასუხისმგებლობები სპრინტის რეტროს ცერემონიაზე და ეფექტურად წარმართვის ტექნიკები
- უკუკავშირის მნიშვნელობა თავად პროდუქტისა და პროდუქტის შექმნის პროცესის გასაუმჯობესებლად

ლექცია 10: პროდუქტის ROADMAP, კავშირი მიზნებთან და ბაზრის საჭიროებებთან

- რა არის პროდუქტის Roadmap და მისი საკვანძო კომპონენტები
- როგორ შევქმნათ პროდუქტის Roadmap
- პროდუქტის Roadmap-ის მუდმივად გადახედვის და განახლების მნიშვნელობა

ლექცია 11: რელიზების დაგეგმვა - გუნდებს შორის დამოკიდებულებების მართვა და კოორდინაცია

- რას გულისხმობს რელიზის დაგეგმვა
- რელიზის მიზანი, scope, გეგმა
- გუნდებს შორის დამოკიდებულებები და კოორდინაცია

ლექცია 12: PRODUCT OWNER-ის ყოველდღიური გამოწვევები

- რას ნიშნავს იყო Product Owner ყოველდღიურ ცხოვრებაში
- რეალური Product Owner-ის ისტორიები და მაგალითები
- სხვაობა Product Owner-სა და Product Manager-ს შორის
- **Q&A სესია**

ლექცია 13: რა ეხმარება PRODUCT OWNER-ს განვითარებაში? როგორ ეხმარება PRODUCT OWNER გუნდსა და პროდუქტს განვითარებაში?

- როგორ გვეხმარება განვითარებადი განვითარება
- განვითარებადი განვითარებისთვის საჭირო ნაბიჯები - უკუკავშირი, ინიციატივები, ცვლილების გაზომვა და მონიტორინგი

- გუნდის განვითარების მხარდაჭერა
- დავალება #5

ლექცია 14: ფინალური პროექტის წარდგენა

სასწავლო კურსის შედეგები

კურსის მსმენელებს ეცოდინებათ შემდეგი კონცეფციები და შეძლებენ მათ გამოყენებას:

- გაიგებენ Product Owner-ის როლს და მის მნიშვნელობას SCRUM გარემოში
- შეძლებენ პროდუქტის მართვის ძირითად ტექნიკების გამოყენებას
- გაიგებენ დაინტერესებულ მხარეებთან კომუნიკაციის და მოლოდინების მართვის პრინციპებს
- შეძლებენ მონაცემებზე დაფუძნებული გადაწყვეტილებების მიღებას
- მიიღებენ პრაქტიკულ გამოცდილებას

სასწავლო კურსის მოთხოვნები

სასურველია ინგლისურის იმ დონეზე ცოდნა, რომ შეძლოს ინგლისურენოვანი მასალის წაკითხვა და გარჩევა.

ლექტორის შესახებ

- თორნიკე სუბელიანი არის Advanced Product Owner Galt & Taggart-ში;
- 2023 წლამდე იყო igaming ინდუსტრიაში სხვადასხვა კომპანიის product management-ში;
- არის PSPO I-სა და PSPO II სერტიფიკატის მფლობელი;
- აქვს agile-ში მუშაობის, (სხვადასხვა framework-ით Scrum, Kanban) და ციფრული პროდუქტების/პროექტების მართვის მიმართულებით 6 წლიანი გამოცდილება;
- თორნიკე არის Georgian Institute of Public Affairs (GIPA) და Warsaw School of Economics (SGA) ბაკალავრი ბიზნეს ადმინისტრირებაში.