
Profesjonalny właściciel produktu

**JAK SCRUM ZWIĘKSZA
PRZEWAGĘ KONKURENCYJNĄ**

Don McGreal
Ralph Jocham
Przedmowa Ken Schwaber

APN Promise
Warszawa 2019

SPIS TREŚCI

	Przedmowaxi
	Wprowadzeniexiii
	Podziękowaniaxix
	O autorachxxi
CZĘŚĆ I	Strategia	1
Rozdział 1	Zwinne zarządzanie produktem	3
	Quiz	3
	Podejście produktowe a podejście projektowe	4
	Co to jest zarządzanie produktem?	7
	Próżnia zarządzania produktem i trzy W	9
	Wizja	11
	Wartość	12
	Walidacja	13
	Zarządzanie produktem i Scrum	14
	Właściciel produktu	17
	Definiowanie produktu	21
	Przegląd quizu	30
Rozdział 2	Wizja	31
	Quiz	31
	Modelowanie biznesowe	33
	Szablon modelu biznesowego	33

Wizja produktu	38
Skupienie	39
Praktyczność a emocjonalność	44
Wszechobecna	47
Wizja w Scrumie	48
Strategia techniczna	49
Przegląd quizu	51
Rozdział 3 Wartość	53
Quiz	53
Definicja wartości	54
Dostarczanie wartości	55
Metryki wartości	58
Zarządzanie oparte na dowodach	63
Bieżąca wartość	66
Czas wprowadzenia na rynek	70
Zdolność do innowacji	75
Śledzenie metryk	81
Gdzie idą pieniądze	82
Wartość negatywna	83
Widoczna	84
Niewidoczna	85
Neutralność wartości	86
Wypaczenie metryk	87
Przegląd quizu	89
Rozdział 4 Walidacja	91
Quiz	91
Opinie zwrotne interesariuszy	93
Informacje zwrotne z rynku	95
Produkt MVP	95
Produkt MVP w modelu Kano	97
Wzorce MVP	100
MVP jako kampania promocyjna	101
MVP jako wydobywanie wiedzy	101
MVP jako strona docelowa	101
MVP jako Czarnoksiężnik z krainy Oz	102

	MVP jako pojedyncza funkcja	102
	Zwrot lub trwanie	102
	Przegląd quizu	106
CZĘŚĆ II	Scrum	107
Rozdział 5	Empiryzm	109
	Quiz	109
	To jest złożony problem	110
	Quiz pewności	113
	Wizualizacja złożoności	114
	Cynefin	116
	Oczywiste	117
	Skomplikowane	118
	Złożone	119
	Chaos	121
	Podsumowanie	121
	TYPY ZŁOŻONOŚCI	124
	Zarządzane ryzykiem	125
	Przegląd quizu	131
Rozdział 6	Scrum	133
	Quiz	133
	Dlaczego ramy postępowania?	134
	Filary Scruma	137
	Przejrzystość	138
	Inspekcja	139
	Adaptacja	139
	Role Scruma	140
	Właściciel produktu	140
	Zespół deweloperski	144
	Scrum master	148
	Inne	151
	Artefakty Scruma	154
	Backlog produktu	154
	Backlog sprintu	156
	Przyrost	158

	Inne.....	159
	Wydarzenia Scruma.....	164
	Sprint.....	164
	Planowanie sprintu.....	167
	Codzienny Scrum.....	174
	Przegląd sprintu.....	176
	Retrospektywa sprintu.....	180
	Inne.....	182
	Iteracyjnie i przyrostowo.....	185
	Manifest programowania zwinnego.....	188
	Przegląd quizu.....	189
CZĘŚĆ III	Taktyka.....	191
Rozdział 7	Zarządzanie backlogiem produktu.....	193
	Quiz.....	193
	Co to jest wymaganie?.....	194
	Backlog produktu.....	195
	Historie użytkowników.....	197
	Wymaganie нефunkcjonalne.....	202
	Epiki.....	205
	Kryteria akceptacyjne.....	208
	Eksperymenty.....	211
	Porządkowanie backlogu produktu.....	212
	Mierzenie wartości, ryzyka i rozmiaru.....	216
	„Ukończenie”.....	218
	Definicja „ukończenia”.....	218
	Przykładowa definicja „ukończenia”.....	223
	„Przygotowanie” to sposób myślenia.....	227
	Doprowadzenie do przygotowania.....	230
	Zarządzanie wymaganiami Lean.....	233
	Mapowanie historii.....	235
	Kroki tworzenia mapy historii.....	236
	Badanie mapy historii.....	237
	Mapy historii i backlogi produktu.....	238
	Przeszłość i przyszłość.....	239
	Mapowanie wpływu.....	239

Kryteria sukcesu	242
Specyfikacja przez przykład	244
Przegląd quizu	252
Rozdział 8 Zarządzanie wydawaniem	253
Quiz	253
Powody wydawania	254
Strategia wydawania	255
Większe wydania	256
Mniejsze wydania	260
Wydania funkcjonalne	260
Szacowanie i prędkość	264
Zarządzanie wieloma zespołami	268
Skalowanie produktów	271
Jeden produkt, jeden zespół deweloperski	272
Wiele produktów, jeden zespół deweloperski	273
Wiele produktów, wiele zespołów deweloperskich	274
Jeden produkt, wiele zespołów deweloperskich	275
Ramy postępowania Nexus	276
Raportowanie	278
Podstawy prognozowania	278
Przewidywanie przy wielu produktach	283
Procent wykonania	284
Symulacja Monte Carlo	286
Jakiego koloru jest prędkość?	291
Ustalanie budżetu	293
Nadzór i zgodność	299
Rozpoczęcie	304
Jakość	308
Definicje	308
Typy jakości	310
Utrzymywanie jakości	311
Przegląd quizu	316

Rozdział 9	Profesjonalny właściciel produktu	317
	Pojęcie sukcesu właściciela produktu	318
	Odbierający właściciel produktu	318
	Inicjujący właściciel produktu	319
	Ty	319
	Umiejętności i cechy	320
	Mierzenie sukcesu	323
	Indeks	325