

# Spis treści

Słowo wstępne — Jeff Sutherland .....	15
Słowo wstępne — Brett Queener .....	17
Przedmowa .....	21
Podziękowania .....	25
O autorze .....	27
<b>Rozdział 1. Rola właściciela produktu .....</b>	<b>29</b>
Właściciel produktu .....	30
Pożądane cechy właściciela produktu .....	32
Wizjoner i wykonawca .....	32
Lider i gracz zespołowy .....	32
Komunikator i negocjator .....	34
Inspirujący i zaangażowany .....	34
Dostępny i wykwalifikowany .....	35
Praca z zespołem .....	36
Współpraca z mistrzem młyna .....	38
Praca z klientami, użytkownikami oraz innymi interesariuszami .....	39
Skalowanie roli właściciela produktu .....	41
Główny właściciel produktu .....	41
Hierarchia właścicieli produktu .....	42
Wybór odpowiednich właścicieli produktu .....	45

Powszechne błędy .....	46
Właściciel produktu o zbyt małych uprawnieniach .....	46
Przepracowany właściciel produktu .....	47
Właściciel produktu o podzielonych obowiązkach .....	48
Odległy właściciel produktu .....	48
Zastępczy właściciel produktu .....	49
Komitet właścicieli produktu .....	50
Spostrzeżenia .....	50
<b>Rozdział 2. Tworzenie wizji produktu .....</b>	<b>53</b>
Wizja produktu .....	54
Pożądane cechy wizji .....	55
Wspólna i jednocząca .....	56
Obszerna i angażująca .....	56
Krótka i zwięzła .....	57
Minimalna wersja produktu nadająca się do wypuszczenia na rynek .....	58
Prostota .....	61
Brzytwa Ockhama .....	62
Mniej znaczy więcej .....	62
Prosty interfejs użytkownika .....	63
Potrzeby klientów i atrybuty produktu .....	64
Narodziny wizji .....	66
Wykorzystanie projektów osobistych .....	66
Wykorzystanie metodologii Scrum .....	67
Techniki tworzenia wizji .....	68
Prototypy i makiety .....	68
Persony i scenariusze .....	69
Opakowania poglądowe i recenzje w prasie branżowej .....	70
Model Kano .....	71
Wizja i mapa produktu .....	72
Minimalna wersja produktu i warianty produktu .....	73
Powszechne błędy .....	75
Brak określonej wizji .....	75
Tworzenie wizji profetycznych .....	75
Paraliż analityczny .....	76
Przekonanie o tym, co jest najlepsze dla klientów .....	76
Duże jest piękne .....	77
Spostrzeżenia .....	78

<b>Rozdział 3. Praca z rejestrem produktu .....</b>	<b>79</b>
Cechy rejestru produktu .....	80
Wystarczająco szczegółowy .....	80
Szacunkowy .....	81
Nowo powstający .....	81
Zawierający priorytety .....	81
Porządkowanie rejestru produktu .....	81
Odkrywanie i opisywanie elementów .....	83
Odkrywanie elementów .....	84
Opisywanie elementów .....	85
Ustalanie struktury rejestru .....	86
Ustalanie priorytetów rejestru produktu .....	87
Wartość .....	88
Wiedza, niepewność i ryzyko .....	89
Zdatność do wypuszczenia na rynek .....	90
Zależności .....	91
Przygotowanie do planowania sprintu .....	92
Wybór celu sprintu .....	92
Przygotowanie wystarczającej liczby elementów	
dokładnie na czas .....	93
Dekompozycja elementów .....	95
Zapewnianie klarowności, możliwości testowania	
wykonalności .....	97
Dostosowywanie wielkości elementów .....	98
Punkty .....	98
Poker planistyczny .....	99
Postępowanie w przypadku wymagań niefunkcjonalnych .....	102
Opisywanie wymagań niefunkcjonalnych .....	102
Zarządzanie wymaganiami niefunkcjonalnymi .....	103
Skalowanie rejestru produktu .....	104
Wykorzystuj jeden rejestr produktu .....	104
Działania porządkowe na szeroką skalę .....	105
Uwzględnienie odrębnych spojrzeń na rejestr .....	105
Powszechne błędy .....	106
Ukryte specyfikacje wymagań .....	106
Lista życzeń do Świętego Mikołaja .....	107
Określanie wymagań .....	107

Zaniedbywanie porządkowania .....	107
Uzupełnianie rejestrów .....	108
Spostrzeżenia .....	108
<b>Rozdział 4. Planowanie wydania .....</b>	<b>111</b>
Czas, koszt i funkcjonalność .....	112
Zamrożona jakość .....	115
Wczesne i częste wydania .....	115
Cykle kwartalne .....	118
Szybkość .....	119
Wykres spalania wydania .....	120
Wykres spalania .....	120
Belka spalania .....	122
Plan wydań .....	124
Prognozowanie szybkości .....	126
Tworzenie planu wydania .....	127
Planowanie wydań w dużych projektach .....	128
Wspólna linia bazowa dla szacunków .....	129
Planowanie przyszłościowe .....	129
Systematyzacja .....	130
Powszechne błędy .....	131
Brak wykresu spalania lub planu .....	131
Właściciel produktu na siedzeniu pasażera .....	132
Rozbudowane wydania .....	132
Kompromisy związane z jakością .....	132
Spostrzeżenia .....	133
<b>Rozdział 5. Współpraca w trakcie spotkań planujących sprint .....</b>	<b>135</b>
Planowanie sprintu .....	136
Definicja pojęcia „gotowe” .....	137
Codzienne zebrania scrumowe .....	138
Rejestr sprintu i wykres spalania .....	139
Przegląd sprintu .....	140
Retrospekcja sprintu .....	142
Zebrania w trakcie większych projektów .....	143
Wspólne planowanie sprintu .....	143
Codzienne zebranie scrumowe dla wszystkich zespołów .....	144
Wspólne przeglądy sprintu .....	144
Wspólna retrospekcja sprintu .....	145

Powszechne błędy .....	145
Znikający właściciel produktu .....	146
Pasywny właściciel produktu .....	146
Zmienne tempo pracy .....	147
Zasłona dymna .....	147
Raportowanie elementów wykresu spalania .....	148
Spostrzeżenia .....	148
<b>Rozdział 6. Przejście do roli właściciela produktu .....</b>	<b>151</b>
Bycie doskonałym właścicielem produktu .....	152
Poznaj siebie .....	152
Rozwijaj się .....	152
Zdobądź trenera .....	154
Upewnij się, że sponsoring pochodzi z właściwego poziomu .....	154
Jeszcze nie skończyłeś .....	155
Tworzenie doskonałych właścicieli produktu .....	155
Doceń wagę roli .....	156
Wybierz odpowiednich właścicieli produktu .....	156
Upoważniaj i wspieraj właścicieli produktu .....	157
Wspieraj wdrażanie roli właściciela produktu .....	158
Spostrzeżenia .....	159
<b>Źródła .....</b>	<b>161</b>
<b>Skorowidz .....</b>	<b>167</b>