# 新知青产品经理助力成长计划学习目录

来源：网络 作者：独影花开 更新时间：2025-07-19

*第一篇：新知青产品经理助力成长计划学习目录新知青产品经理助力成长计划学习目录一、入门训练.......................第一期（12课时）产品项目的一般过程如何把一个产品说清楚？产品经理主要做什么？产品经理沟通中的“定”和“...*

**第一篇：新知青产品经理助力成长计划学习目录**

新知青产品经理助力成长计划学习目录

一、入门训练.......................第一期（12课时）

产品项目的一般过程

如何把一个产品说清楚？

产品经理主要做什么？

产品经理沟通中的“定”和“盯”

产品经理与领导的默契

以用户的什么中心？——用户动机

从三个方面说通一个产品定位

将“体验”问题具体化

人机交互包括的三部分

交互过程三要素：响应、过渡效果、移位

交互表达效果的三个层次

提高用户体验时的优先级

二、提升训练.第二期（18课时）策划产品要抓住真实的用户动机

编辑、产品、技术不同的思维方式

什么是交互、交互过程、交互体验？

坚持布局中的主与次

反Box的布局设计方式

淡化UI

三、精英训练.第三期（20课时）

从观察“

(一)“感受”

对于主要的问题要有一定的数据支撑

需求调研的几种方式

把“感受”到的用户需求提炼成条或做成“卡片”

(二)、将需求结构化

尊重事物本身的逻辑关系，在此基本上去建立结构模型

把“卡片”式的需求排序，并逐步分散到已建立的结构模型当中

在结构模型当中讲解需求的主要流程

在结构模型和流程的指引下，画出关键页面的粗略原型

(三)、把粗略的原型细化

了解各类原型组件的适用情况以及优缺点

用Axure等原型工具，将交互方式表面出来

细致交互原型的注意事项

(四)、需求确定分配任务

建立文档共享办法，让团队所有人随时可以访问每一步的文档

向美工讲解需求和细致原型，要求其确立设计风格，经Boss确认

向程序开发人员讲解需求和细致原型，要求系统分析后任务分配

确定大概最终的上线时间表，别把计划做的太满

(五)、按计划开发并跟进

产品经理要确认每一页的UI设计稿后再交由前端制作

产品经理要确认每一页的前端页面代码后再交由后台程序开发

由开发经理负责后台开发的进度和质量把关

由开发经理建立开发环境之外的测试环境，提供Bug管理平台

程序功能性的测试由开发经理组织人员进行，并安排机动人员跟进

可用性测试由产品经理组织人员进行，产品经理确认后再由开发修改

(六)、产品内测、修正

产品开发相对完整之后发布内部使用与测试版本，邀请Boss

(七)、产品上线最终面向用户

四、案例讲解.第四期（4课时）

**第二篇：产品经理成长之路**

一、期望无限好，现实很残酷

我13年电子商务专业本科毕业，当时就业老师们说电子商务、互联网多么多么的牛，高薪机会一大把。带着对高薪工作的美好憧憬走向社会，才发现，我们学到的知识仅仅是一些皮毛，估计那时候教学的老师也是刚刚接触电子商务，把书包知识照搬给学生，死记硬背来的一些模糊的知识，根本无法到实际项目中产生价值。导致把期望薪资从7K，一步一步减少到3K，才进入到一个初创型互联网公司做网站推广助理:线上发帖，线下发传单，风里雨里，2个月才拉到1个客户，差点连试用期都没过。这份工作坚持了半年，成功减肥10斤。14年初找到另外一份微信运营的工作，整天线上、线下到处吹水，希望让所以人都知道我的微信公众号，呵呵。不过工资也仅仅是加了1K，到4K。总觉得未来发展没前途，和原来计划想法的出入太大，信心伤害大。

二、了解产品经理职位

一次同学集会的机会，知道产品经理行业发展好，都是高薪，接下来就去百度搜索产品经理，看看产品经理到底是什么职位，有什么要求，是否适合，还有就是人才网站看看产品经理都有些啥要求，做什么工作。了解后，感觉自己还是挺喜欢产品方面的发展，就自己去买了一些产品经理方面的书，下了AXURE XMIND等软件，自己学习。但是都是理论的学习知识，不懂的也没人教，磕磕碰碰地学习，也尝试着去找一些产品助理、产品专员，但是企业方都需要项目经验，可怜的我，学习了几个月，还是无法去做产品方面职位，心都碎了。但是我还是一直坚持不懈的学习产品的知识，同时听一些有经验的前辈说，要加一些产品经理QQ群、多上一些产品经理行业网站、社区。于是在各大产品经理网站、论坛、社区，QQ群都留下了我的身影，同时也学习了不少知识。

三、进入产品经理职位

偶然一次机会，了解到产品经理世界（www.feisuxs）有全现场的产品经理培训。以前也通过百度搜索过一些产品经理培训，但是都是远程在线培训，对于我这完全没基础人，一定要现场培训，远程培训不适合我。所以我就到产品经理世界去现场了解，同时试听了1周课程。我记得那次是网易产品经理上课，内容是竞品分析，讲的非常的好，对我触动很大，课后还加上课产品经理的微信，偷师了很多知识。从产品经理世界的咨询老师那里获悉会签署就业协议，保障最低8K的产品经理薪资和岗位，关键是前面9个月都不需要付款，有最低8K工作后，再慢慢付款。这样就减少了我的经济压力了而且还有就业保障。在后面通知我新培训班后我立刻就报名参加了。目前我差不多已经有2年产品经理经验了，月薪也到达了16K，也被产品经理世界叫去给那些想入行的小鲜肉们分享经验，甚至还给他们上课。

四、产品经理感想。

我的产品经理之路也是磕磕碰碰的，希望能给一些想做产品经理的人一些参考意见。可以自己慢慢从助理往上做，经过大概2-3年到初级产品经理。有条件，也可以参加一些合适的培训平台，只要能保障大家学到知识、有机会和人脉入职到产品经理就行。毕竟经过这些年的发展，产品经理也会很快饱和，这样入行就越来越不容易啦。我觉得产品经理世界还是不错，至少我要感谢这个平台给我的帮助。

**第三篇：成长助力计划策划书**

成长助力计划策划书

一、活动背景

历经了六月高考的磨砺，新生们终于要踏入大学的校门。河北医科大学临床学院也即将迎来2025新同学，面对崭新的大学生活，新生们难免会感到迷惑。为使他们尽快适应大学生活，我们成立“2025成长助力学长”来给他们提供帮助，使他们尽快了解，适应大学生活，成长为一名合格的大学生。

二、活动目的

通过这次活动，我们希望建立一个新生，老生的交流平台，让他们感受到学长学姐的热情，为他们的生活添加一份温暖。另一方面，我们希望能解决新生们的不解与疑惑，在开学前帮他们做好大学准备，在日后的成长中解决他们的问题。我们希望通过我们的努力，让新生们尽快适应大学生活，充实度过美好的大学生活。

三、活动时间

2025年5月到2025年1月

四、活动成员

指导教师 李小倩

12，13级成长助力学长

五、活动内容

活动1

时间：6月底

地点：互联网

人员：全体助力学长

内容：六月底在贴吧建立成长助力帖吧，建立新生qq群，把成长助力计划的帖子顶上去，并在贴吧和qq群里踊跃发言，给新生们答疑解惑。

活动时间：新生报道

地点：临床学院

人员：全体助力学长

内容：1.9月初新生入学报道的几天里负责拍视频的成员开始采集画面，对新生和家长进行采访，制作“成长体”视频短片。2.在各个迎新的站点发放成长助力学长明白单，在家长接待处拉横幅“你问我答，成长助力学长咨询处”，和家长进行交流沟通。3.设立成长助力学长工作室，轮流值班，当新生遇到困难时给他们提供帮助。

活动时间：9月初

地点：临床学院

人员：全体助力学长

内容：军训开始第一天晚自习各班的导员应该都会开班会，第二天我们可以开展第一次主题班会，主要内容是介绍成长助力计划，讲述军训时和教官的关系处理，和宿舍同学的相处，我们可以引导同学进行自我介绍，通过一些游戏来让新生们互相进行简单的认识。军训期间我们适时的和他们进行沟通，比如军训后期在他们休息的时候，利用十分钟给他们讲讲我们军训时候发生的有趣的事，给他们加油打气。

活动时间：9月

地点：临床学院

人员：全体助力学长

内容：开助力学长班会，播放在报道期间拍摄准备的视频，让新生看看自己这一段时间的成长。主要以ppt形式进行，内容主要侧重在宿舍社团学生会间人际交往，适应新环境，南北方差异和励志，目标建立等，班干部素质培养可以在这个班会里穿插，然后和同学们交流，解决他们在这一个月里遇到的问题，尽量详细的介绍和讲解，并且和其他助力学长的时间错开，让新生欣然接受并有所收获，让他们尽快的适应和成长。

活动4

时间：10月初

地点：临床学院南院操场

人员：全体助力学长

内容：进行趣味运动会素质拓展活动，组织各班班委参与，一组学长带领几个班的班委，用各组比赛的形式进行，学长新生共同游戏，消除隔阂和陌生感，帮助新生提高培养人际关系能力。

活动时间：10月

地点：临床学院

人员：全体助力学长

内容：我们邀请已经在医院实习或者就职的优秀学长们来各大班演讲，引导新生职业认识，职业生涯设计，让他们对医生这个行业有更清楚地认识，加上一些互动，使新生积极参与，帮助14级新生在开学伊始就树立目标，更加努力地学习。

六、活动预算

1.横幅制作：1个，40元

2.印刷“助力学长明白单：50张，15元 3.袖标胸牌：15个，65元 4.其他：50元以内 粗略计算170元

**第四篇：体验创新 助力成长(新)**

体验创新助力成长

——创新路上的“五个符号”

尊敬的各位老师，亲爱的同学们，大家晚上好！

首先我很荣幸能够代表我们团队，在这里和大家一起分享“体验创新，助力成长”这一个话题。在生活中我们很多人都可能对自己的未来生活作出这样或那样的规划与设计，我也和大家一样，在三年前进入学校的时候，也畅想过我会有一个什么样的大学生活。但有一点我没有想到，那就是——我与我的团队会作为“长师学子开讲啦”的第一期主讲嘉宾登上这样一个神圣的讲台。

在过去的三年多的时间里，正是因为我和我的团队，利用了“五种符号”，才使得我们能够在创新的道路上越走越远，最终走到了鉴湖学术报告厅。哪五种符号呢？留给大家一点儿想象的空间。下面，请大家先欣赏我们的足迹、我们的收获。

„„„

看完以上的荣誉，或许很多人都会有那么的一点心动，或是羡慕。对我而言，它则让我再一次回顾了在过去三年多时间里，我们曾经走过的足迹，也让我再一次品味了我的团队曾经留下的汗水与泪水、成功与失败。

因为创新，让我和我的团队感受到了大学生活的另一面，因为创新，也带给了我们团队不断的成长进步。

“大众创业，万众创新”这是当前我们国家为构建创新型国家所倡导的发展战略。我校也通过各种途径强化大家的创新创业教育，同时还为我们的创新创业实践搭建了许多的平台和机会。

那么，什么是创新？大家又是怎么理解的呢？哪一位同学能说一说？（互动）

看来大家都有着自己不同的理解。

（互动不理想：可能大家对创新还不够理解，下面我给大家解释一下）

从字面意义上说：创新是指以有别于常规思路的思维模式，创造新的事物和方法,并能获得一定益处的行为。

而我是这样理解的，什么叫创新，比别人提前一步是创新，比别人多换个角度思考是创新，比别人多一点改变也是创新。正所谓思路决定出路，定位决定地位。我们拥有什么样的思想其实就决定了我们如何去看待和观察周围的人和事，我们拥有什么样的思想，决定了我们如何去过好我们的大学生活。

请大家看PPT上的图片，大家都知道这是洗衣机。但是大家看了之后会有什么样的想法呢？大家想想？

（互动）

看来大家的想法都很多样化。（互动不理想：可能大家看见它只想到他是一个洗衣机）而我的想法是我们在学校不能使用大功率电器，特别是在冬天衣服脱水特别麻烦，况且这种洗衣机太笨重，我就想我学机械设计的是不是能设计一个不用电、而且脱水十分方便的装置，让我们在外读书的同学也享受一下方便。于是我带着我的疑问查阅了相关的资料，结果后来查阅资料后，还真没有发现有类似的产品。所以在经过一系列的设计、改进之后，一个灵活的便捷式脱水装置就呈现在我们面前。

这是我的第一项专利作品，并且也因此获得了重庆市级大学生创新创业项目的立项，当时真的很有成就感。好了，现在大家猜一猜，我的这项发明除了能给衣服脱水还能给什么脱水？（互动）

很多人都对创新怀有十分好奇的心理，但是往往是有想法，没做法，有思路，没出路。在我看来，要把创新想法变成现实，在思路中找到出路。我们就要多观察我们生活中的现象和事物，其实创新并不是一项十分高大上的事情，每个人都可以进行创新。

创新就需要我们用好“五个符号”。哪五个符号呢？

一、要有问号。

问号是我们创新的源泉，有问题才会有思考，有思考，才会有行动。没有问题的创新是谈不上创新的，在创新过程中我们要有多问、多思的习惯。

文学家郑燮（xie）说得好：“读书好问,一问不得,不妨再问。”多问有很多好处： 好处一，说明你在思考，能锻炼脑力和主动思维的习惯。

好处二，你发现了疑问，说明你还没有完全掌握某类知识，在发现中你会慢慢提高直到没有疑问。

好处三，发现了问题，你在请教中得到了解决，每一个问题的解决都意味着你的一次进步。

好处四，在问与被问中，你多了和老师和同学的交流，能开拓你的视野，能锻炼你的沟通和交流能力。

除了多问，还要多思。我有一个好的习惯，无论我在吃饭，还是躺下睡觉，还是在路上，只要灵感一现我就会马上记下来。我时常用两个软件，一个是记事本，一个是思维导图，这两个软件真的很实用，大家可以把自己某一刻产生的灵感或者目前还需要解决的问题记下来，设定一个时间，随时提醒我们自己去完成我们还需要做的事情，推荐大家使用这两个软件。

二、要有引号。

引号是我们创新的基础。在创新创业的道路上，不是每一个人都一帆风顺的，有时候需要恰当地借助身边的资源和平台，能为我们的创新打下坚实的基础。那么，如何去找到“引号”呢？在我看来，有以下几个方面：

创新要善于搜索资源。

说到资源，我们身边就有许多，老师、同学、还有这个世界上伟大的互联网，都是我们身边可以利用的有效资源。提起网络就不得不提起它，百度大家都很熟悉，我时常上百度寻找灵感，寻找解决问题的方法。大家也可以像我一样，不懂找度娘，百度会给我们许多答案，会给我们很多思路，在大学，就是要培养我们自己的独立思考的能力。说到互联网，也不得不说到淘宝。淘宝很多人只了解双11，可以买衣服、买鞋，可我在买衣服、买鞋的同时，也买了自己喜欢的书籍、或者学习工具等，淘宝上面有你所需的一切学习资料，关键是很便宜，几块钱就可以买到几

十、甚至上百GB的学习资料，超值。

还有就是我们学校的图书馆网站，很多大二大三的至今也不怎么会利用这些资源，在此我来简单教教大家。在图书馆网站首页的上有常用数据库，内包括中国知网、维普期刊、万方数据库、超星图书等多家数据库。学校每年要花掉几百万购买这些资源，但我们的同学很少利用，这实在是太大的浪费了。

在超星图书上面你几乎可以找到一切你喜欢看到的书，并且在学校可以下载，包括我们的教材。而且超星图书还开发了手机客户端，你可以用自己的学号登陆，下载图书，查看期刊，还有全国各大知名高校的视频教程。

中国知网和万方数据库收录了从1915年至今的四千多万篇论文，这都是人类的智慧，我们可以去浏览、学习。

对于学软件的同学，我给大家推荐一个非常好的学习网站——我要自学网，这个网站是来自电脑培训学校和职业高校的老师联手创立的一个视频教学网，网站里的视频教程均由经验丰富的在职老师原创录制，同时提供各类贴心服务，让大家享受一站式的学习体验。创新要善于借助平台。

创新离不开平台的支撑，那么我们学校有哪些创新创业平台呢？

我们可以去申报教务处每年11月份组织的创新创业训练计划项目，也可以去申报校团委负责的挑战杯项目、大学生科研项目，当然你也可以自己组织团队来研究，这几个途径我都走过。并且每个途径如果你申报成功一般学校都会给你一些科研经费，虽然说不是很多，但对大家是一种鼓励和支持。比如说:教务处的创新训练项目科研经费是2025元，创业训练项目是6000，如果你认为自己的项目足够的优秀，你也可以申请重庆市级或者国家的项目，那么科研经费也有一定的增加，当然自己研究肯定会有更大的收益。目前我们团队已经成功申报了市级项目2项，校级项目4项，并且已经顺利结题。

三、要有破折号。

如果说创新是一场孤独的旅行，那么摆脱孤独的唯一方法就是找到一批志同道合的同学一起享受孤独。之所以要有破折号，就在于他是桥梁、是纽带，可以把有相同志趣的同学组合在一起，大家互帮互助，共同进步。我很幸运，找到了这一一个志同道合的同学，他才是我们真正的创新达人，虽然长得比较勉强，说话有点着急，但绝不影响我们之间的合作。他是谁呢？就是我们台下的于磊。

在我看来，一个团队一路上会有喜有忧，有增有减，但只要经过长期的磨合、经过长期的考验，保持一颗坚定的心，能够走到最后的，那么这个团队将会十分强大、无坚不摧。

四、要有感叹号。

感叹号是我们心境的一种体验，是我们情绪情感的一种表现。我们创新需要动力，需要激情，还要有吃苦耐劳的精神。

创新的道路想想都不容易，做起来更不容易，一定要做好吃苦的准备。

在我设计刚才的便携式洗衣装置的过程中，我就遇到了很多困难，比如，当时为了选取一种合理的机构能够实现我想达到的目的，使其快速脱水，当时我想到了很多机构，如曲柄摇杆机构、连杆机构、齿轮机构、变速旋转机构，为了选择一种合理的机构，我花了一个月的时间进行试验，比较他们的优缺点，同时带着其中的问题去找了老师，让我解决了这些难题，最终选择了变速旋转机构。

在前段时间举行的首届互联网+大学生创新创业大赛中，那时我们团队成员都在实习，因此，时间非常的紧迫。我们到现在都还清晰的记得那时候挑灯夜战的日子，白天实习，晚上下班回来，买材料做实物，虽然我们技术条件有限，但我们最终还是完成了实物加工，最终取得了学校金奖，重庆赛区银奖的成绩。

五、要有句号。

句号是一项工作的结束，代表的是有始有终。对于创新而言，我们不仅要把发明创造的东西变成现实，更要学会去保护它，因此，我们需要申请专利。

专利一个最重要的性质是独占性，正因为专利的独占性，所以专利才能成为企业的核心竞争力。而企业仅有科技成果是不行的，只能有了专利企业才能拿科技成果打击对手，保护自己，防止别人模仿。因此只有及时申请专利，使科技成果受到法律保护，使其变成发明人的个人权利，才能防止其他人或单位随意使用和模仿，起到占据市场、垄断市场的作用，更有利于参与经济竞争。

五种符号，既是创新的一种路径，也是我们创新的一种依赖和收获。曾经，我也和大家一样，带着高考时的失败、心里的不甘来到了这所普通的二本院校，失去了学习的动力，也找不到人生的出路与希望。但是，当我站在即将毕业的门口，回望过去四年的青葱岁月时，却发现，其实我们拥有什么样的学校并不重要，重要的是我们如何去对待自己的大学生活，如何充分利用好学校给我们提供的每一次机会，每一个平台。正因如此，我要特别感谢母校为我们成长成才所搭建的广阔平台，感谢在背后一直关心、支持并默默付出的学院领导和各位指导老师，感谢一路走来陪我风雨兼程的团队，你们真的很帅！是你们让我收获到了别样的大学生活！谢谢大家！

**第五篇：成功的产品经理——产品经理的野蛮成长-jhyfgl**

成功的产品经理

—产品经理的野蛮成长

主 讲：Charles（研发管理咨询资深顾问、国家发改委创新管理培训中心特邀讲师、清华大学国际工程项目管理研究院特邀讲师）

课程对象：企业CEO/总经理、研发总经理/副总、公司总工/技术总监、公司人力资源总监、产品线总监、产品经理/项目经理、PMO（项目管理办公室）成员、市场总监、技术支持总监等 【课程背景】

我咨询公司在为国内很多科技企业服务的过程中，发现企业中普遍存在如下问题：

1.产品开发闭门造车，只关注技术，不关注客户，研发从早忙到晚，产品开发的不少，但赚钱的产品屈指可数

2.产品开发出来才找客户、找卖点，销售人员报怨我们的产品从娘胎中出来就躺在担架上，产品没有优势，也不知道竞争对手产品的弱点，但我们产品的弱点往往被对手抓住

3.几乎没有产品路标的规划，有规划也主要是技术驱动，客户需求到不了规划人员手中，公司神经末梢与大脑失去联系

4.了解市场的不懂技术，懂技术的不了解市场，不知道需求应该谁负责，缺少完备的需求收集、汇总、分析机制

5.把销售驱动误以为是市场驱动，销售人员反馈的需求往往是短期行为、而且很个性化，研发总是被这些短平快的个性化需求驱动的团团转，还被老板骂“你们这帮笨蛋，怎么搞不出几个拳头产品出来？”„„

当一个企业从单一产品线向多产品线跨越的时候，必须突破的一个瓶颈就是公司产品经理的培养，因为产品经理是公司价值链中最重要的一个环节，是直接面向客户、带领团队创造价值的领军人物，因此产品经理个人及其所率领的团队的能力往往决定了该产品在市场上的竞争力。然而，很多发展中的企业在构建产品管理体系和培养产品经理的过程中却面临很多困惑，比如： 1.产品经理该如何定位？其职责是什么？

找讲师、公开课，上诺达名师网，中国最大的培训平台 http://qy.thea.cn/

2.产品经理需要具备什么样的能力？如何培养？ 3.如何与客户有效沟通，从而发掘客户的隐性需求？ 4.如何从大量的需求信息中提炼出核心的客户需求？ 5.如何策划有竞争力的差异化产品？

6.如何确保策划的核心需求在开发过程中被充分实现？ 7.如何把新产品成功的推向市场？

8.如何避免产品经理沦落成“问题经理”？

9.如何实现产品经理从“单挑”模式向“打群架”模式的转变？ 10.如何构建适合产品经理成长的优良土壤？

基于以上典型问题，我们结合大量的培训和咨询案例，并不断总结，从而推出该课程，案例、模板、经验、教训、学员分享等贯穿全课程。【课程价值】

1)了解产品经理产生的背景、时机

2)了解不同时期、不同行业的产品经理定位、职责、素质、能力要求 3)理解产品经理、项目经理、市场经理的关键区别以及相应的组织运作 4)理解产品经理的核心能力是如何折腾出来的 5)掌握如何才能持续策划出有竞争力的产品的方法

6)掌握产品经理如何有效的监管产品开发过程而不需要过度陷入的方法 7)掌握新产品上市管理的方法，确保营销团队顺利接手新产品的销售 8)掌握产品生命周期管理的基本方法和决策机制，把脉产品的退市时机 9)了解业界如何培养产品经理的方法

10)分享讲师50多个咨询项目的产品管理和产品经理队伍建设的案例资料（流程、制度、模板、样例„„）【培训内容】

一、案例分析：成长的烦恼 1.成长过程中存在的问题 2.产品经理成长的三个阶段 3.实现角色转变过程中的痛苦蜕变 4.成功的产品经理给公司带来的收益

找讲师、公开课，上诺达名师网，中国最大的培训平台 http://qy.thea.cn/

二、产品经理的定位、职责与能力要求

1.产品经理的定位选择（与公司发展时期、规模、行业、产品特点相关）1)产品全生命周期的管理（产品/产品线经理，产品/产品线总监）2)产品策划（产品策划经理）3)产品开发（产品开发经理）

4)产品推广（产品行销/推广经理与产品维护经理）5)研讨：分享学员公司产品经理的定位 2.产品经理的能力要求 1)应该具备的知识和技能 2)产品经理的任职资格标准 3)产品经理的资格认证

4)产品经理的培养途径和职业晋升通道

5)模板分享：产品经理素质模型及任职资格标准 3.产品全生命周期管理业务框架 1)产品战略管理 2)产品规划管理 3)市场需求管理 4)产品开发管理 5)技术开发管理 6)研发项目管理 7)产品运营管理

8)产品运作支撑体系（流程、组织、IT）9)模板分享：产品经理工作手册

三、产品经理的核心业务之一：产品规划 1.市场细分

1)为什么要细分市场？ 2)市场细分的八种方法

3)细分市场分类（按产品/领域、区域、行业）4)各细分市场容量、市场份额、销售利润率分析

找讲师、公开课，上诺达名师网，中国最大的培训平台 http://qy.thea.cn/

5)各细分市场主流产品的SWOT分析 6)主流产品竞争对手分析（$APPEALS）7)细分市场策略分析

8)模板分享：细分市场描述模板 2.目标市场的确定 1)判断市场潜力 2)产品竞争力分析

3)产品定位与细分市场的匹配（SPAN）4)客户价值分析 5)产品组合分析

6)企业扩张策略（产品线与市场扩张）7)评估选定的目标市场有多少胜算的把握？ 3.市场需求

1)市场需求、产品需求、设计需求的关系 2)市场需求的收集

需求收集渠道：外部渠道与内部渠道 需求收集需要注意的问题

需求收集的十四种方法（原型法、客户访谈、现场观察、客户决策委员会、用户大会、客户简报、高层拜访、标杆学习、Beta测试、产品试用、现场支持、支持热线、行业会议、客户满意度调查）模板分享：原始需求模板 3)市场需求分析

市场需求的$APPEALS模型

确定产品的竞争要素、寻找竞争对手

客户需求分析、排序，寻找客户的兴奋点（BSA）与竞争对手的产品进行比较，找出优势、劣势 基于竞争分析的需求调整、差异化策略 市场需求规格书的形成

模板分享：市场需求管理流程与模板

找讲师、公开课，上诺达名师网，中国最大的培训平台 http://qy.thea.cn/

4.产品路标规划

1)路标规划的输出（平台开发计划、产品开发计划、技术研究计划、资源缺口计划）

2)产品路标规划过程

技术、平台、产品线、产品、解决方案的关系 产品平台的形成过程

产品版本管理V/R/M（大版本、小版本、客户定制）产品路标规划的形成（实际案例同步演练）制定产品开发任务书 模板分享：产品路标规划流程 模板分享：产品路标规划报告模板 模板分享：产品开发任务书模板 3)产品路标规划决策与立项评审

决策机制（决策团队、运作模式、支撑机制）决策标准（评审关键要素）

分享：业界产品路标规划的组织运作与支撑体系

四、产品经理的核心业务之二：产品开发管理 1.产品开发团队的构成

1)贯穿全流程的产品开发团队的构成 2)产品开发团队成员的角色构成及相应职责 3)产品经理如何保证产品开发团队高效运作 2.产品开发的结构化流程 1)结构化的产品开发流程的特点

2)产品经理在结构化产品开发流程中如何推动工作 3)产品经理在结构化流程的每个阶段的工作重点

4)实例讲解：某案例公司产品经理在结构化流程中的重点活动 3.产品开发的决策评审机制

1)产品经理在公司的产品决策机制中扮演什么角色 2)产品经理如何参与决策

找讲师、公开课，上诺达名师网，中国最大的培训平台 http://qy.thea.cn/

3)实例讲解：某案例公司产品经理的决策评审报告 4.产品开发的过程的项目管理

1)产品经理在如何监控整个项目的研发进展 2)产品经理如何协调与项目经理之间的关系 3)产品开发过程中的突发事件如何处理

4)实例讲解：某案例公司产品经理在项目管理中的控制点 5.演练与问题讨论

五、产品经理的核心业务之三：产品上市 1.产品经理如何整体把控产品的上市节奏 2.产品上市的策略：先“营”后“销” 1)如何理解营的工作 2)如何理解销的工作 3)营和销之间的关系 3.新产品上市流程

1)新产品上市流程中各环节的主要活动 2)发布策略 3)发布准备 4)正式发布

5)发布计划的执行与监控 4.新产品上市的支撑体系 1)产品上市“一纸禅” 2)产品的命名管理

3)产品的外部测试（投放市场测试的几个阶段）

4)产品的Beta测试、用户早期试用和正式发布之间的关系 5)产品上市的效果评估

6)对产品上市中容易出现的问题产品经理如何应对 7)新产品上市如何处理与老产品和其他关联产品的关系 8)产品上市的“151”策略 9)模板分享：新产品上市计划模板

找讲师、公开课，上诺达名师网，中国最大的培训平台 http://qy.thea.cn/

六、产品经理的培养 1.常用的产品经理培养方法

1)岗位轮换、自我批判、导师制、参加学习2.产品经理培养方法――资源池 3.资源池的概念

4.建立资源池的目的与原则 5.资源池的运作流程 1)产品经理的筛选 2)产品经理的面试 3)产品经理候选人的培养 4)候选人的资格认定 5)资源池的运作机构及职责

6.实例讲解：产品经理资源池的建设过程和运作机制

七、总结 【讲师介绍】

Charles：研发管理咨询资深顾问、国家发改委创新管理培训中心特邀讲师、清华大学国际工程项目管理研究院特邀讲师 专业背景：

16年的高科技企业从业背景，具有丰富的产品策划、产品研发、产品中试、产品服务等领域的实践与管理经验。从事过产品设计与开发、NPI、项目经理、产品经理、研发管理部经理、企业管理顾问等职务；

曾在国内某著名通信设备公司工作过７年（97～04），期间与国际顶尖咨询顾问一起工作，作为核心成员全程参与推动该公司研发管理体系的变革工作，并作为产品经理主导了某产品线多个大型项目的产品设计、开发、中试、转产与上市工作。

研发管理咨询经验

７年的研发管理咨询经验，主导了20多个研发管理咨询项目，项目范围涉及到市场需求、产品规划、产品开发、产品决策、技术评审、技术开发、研发组织、研发绩效、技术任职资格、项目管理、变更管理、知识管理、研发IT规划等领找讲师、公开课，上诺达名师网，中国最大的培训平台 http://qy.thea.cn/

域。典型客户如下： 1)科达通信 2)OPPO 3)TCL家网事业部 4)苏州金龙 5)宇通重工 6)京信集团 7)福建敏讯

8)中电集团某军品研究所 研发管理培训经验：

曾为中国空间技术研究院、南瑞科技、TCL集团、长虹集团、OPPO、同方威视、宝钢集团、中国移动、大唐电信、上海电信、陕鼓集团、科达通信、中电集团、威创科技、和记奥普泰、国人通信、京信科技、天碁科技、格林威尔、兴大豪科技、星星集团、山特电子、富港电子、宇龙通信、聚光科技、绿盟科技、天津内燃机研究所、中集集团、高斯贝尔、星网锐捷、特变电工、思源电器、美的集团、海尔集团、海信集团、普天集团、福建敏讯、国光电子、苏州金龙、宇通重工、雷沃重汽、上汽五凌、东风汽车、威科姆、同洲电子、科立讯、新北洋、光迅科技、沈阳机床、瑞斯康达、佳讯飞鸿、浪潮集团、威胜电子、京城控股、联想集团、迈瑞医疗、华大电子、上海华虹、联芯科技、旋极科技、畅通科技、长城软件、九院、天地奔牛、阳天电子、清华机械、方正集团、研祥智能、烟台万华、东方电子、东方通信、美菱、科大讯飞、万峰石材、万家乐、泛仕达、远光软件、优特等近500家企业提供了专业的研发管理培训。

Ctrl+鼠标左键【点击访问诺达名师官方网站】

找讲师、公开课，上诺达名师网，中国最大的培训平台 http://qy.thea.cn/

本DOCX文档由 www.zciku.com/中词库网 生成，海量范文文档任你选，，为你的工作锦上添花,祝你一臂之力！