

世界500强互联网产品经理管理笔记



[世界500强互联网产品经理管理笔记_下载链接1](#)

著者:韩伟

出版者:电子工业出版社

出版时间:2014-1

装帧:平装

isbn:9787121221057

编辑推荐

《世界500强互联网产品经理管理笔记》介绍的项目管理知识，是以互联网项目开发为重点实践对象的。和一般项目管理书籍以介绍项目管理的过程为主不同，《世界500强互联网产品经理管理笔记》的重点在于介绍团队中的各个角色，阐述他们在不同类型的项目管理中应该承担的责任，以及实践中的经验教训。

内容提要

本书介绍的项目管理知识，是以互联网项目开发为重点实践对象的。和一般项目管理书籍以介绍项目管理的过程为主不同，本书的重点在于介绍团队中的各个角色，阐述他们在不同类型的项目管理中应该承担的责任，以及实践中的经验教训。全书分两大部分：第一部分介绍互联网公司中项目管理工作的静态特性，包括适用的软件工程概念、各种

团队特征、项目管理工作范围；第二部分介绍在实践中的互联网项目管理经验，按小型、中型、长期性三种不同类型的项目，描述每个岗位在开发中应该承担的管理责任和实践经验，最后对团队管理者最常见的通用管理技能做一总结。

作者介绍:

韩伟，现就职于中国最大互联网公司腾讯。传说中的高薪IT精英，先后在网易和腾讯工作。在网易创业初期，是直接向网易老大丁磊汇报的开发经理，后任网易无线事业部的产品总监，全面主持大型团队管理和产品开发。多年从事技术开发，对高性能系统以及功能、开发效率的平衡有独到的经验。曾独立主持设计过多种大众娱乐类电子产品，对网络社区、网络游戏的产品策划有深刻认识。工作经历横跨技术开发、产品设计、团队管理，项目经验包含互联网媒体、无线互联网、网络游戏等，在互联网项目上具有非常广阔的视野。

目录: 第一篇 陷入泥潭的产品经理1 第1章 焦油坑和变色龙/2
一、需求持续变化带来的痛苦/2 二、需求的变化类型/3 三、需求变化带来的问题/7
四、互联网上没有秘密，需求变化从开发者开始爆炸/8
五、为了获取需求而产生了大量需求/9 六、软件成为开发工具而产生的需求/10
七、软件成为水和电后产生的非功能需求/11
八、互联网产生的新型商业模式导致的需求/12
九、互联网残酷的竞争产生了新的需求/13 十、不变的只有变化/14 第2章
创业容易守业难/16 一、软件是产品还是服务？软件的形态在不断变更/16
二、软件的存在环境在持续变更/19 三、兵是流水的，营盘是铁打的吗？/21
四、机会爆炸/28 第3章 “敏捷”的真相/31
一、老板最喜爱的员工是最令人头疼的/31 二、敏捷是一种沟通方式/37
三、敏捷是瓷器活，你得有金刚钻/39 第4章 讨厌的老李/42
一、唠唠叨叨文山会海无所作为/42 二、离职长谈/43 三、无为而治/44 第5章
角色胜于流程/46 一、不在其位，难谋其政/46 二、以教训和经验为规范和流程/47
三、用接口代替检查/49 四、让理性引导团队/51 第二篇 项目团队类型53 第6章
特种兵小队/54 一、强力碾压/54 二、“特种兵小队”的角色/55
三、一鼓作气，再而衰/59 四、准备长期作战/61 第7章 小作坊/68
一、师徒相传/68 二、温情人治/73 三、人员流动——分水岭/75 第8章
血汗工厂/78 一、领导数据赏罚/78 二、疯狂的测试/80 三、大隐隐于朝/82 第9章
外科手术室/84 一、专业和理想/84 二、关注目标，研究方法/86
三、现实很骨感/88 第三篇 项目管理工作范围91 第10章 开组了，速度了/92
一、人力资源规划/92 二、校园招聘/94 三、社会招聘/96
四、培训——新兵训练营/98 五、老兵报到处/100 六、隐形培训/103 第11章
看好你的小朋友/106 一、解释“为什么”/106
二、制定、修改工作方法和工具/108 三、分配任务和资源/110
四、找出我们在哪儿/113 第12章 与老板“角力”/116 一、计划和总结/116
二、争取资源/117 三、计划变更/120 第13章 跨部门沟通/122
一、无须太冷或太热/122 二、沟通记录汇报感谢/124 第四篇 超小型项目127 第14章
老板！老板！/128 一、一句话产品需求/128 二、准备好随时上线/130
三、选出你的千里马/132 第15章 十项全能运动员/135
一、设定目标——炮兵观察哨/135 二、小石子法分解目标/136
三、先设置好试验场/137 四、确保每天提交工作，并且是可测试的/139
五、重写不可避免，但须注意时机/140 六、山寨，善哉/141
七、简化代码工作/142 八、自己去补上那些漏洞/143
九、不要预设功能，但应提出设想/144 十、网上能下载的绝不自己写/145 第16章
吃自己做的饭/147 一、准备好干净的环境/147 二、设置必要的监控日志/148
三、自己务必要使用/150 四、直接接触用户/150 第五篇 半年期项目153 第17章
项目负责人/154 一、一句话需求/154 二、做好最好的设想，做好最坏的打算/158

三、组织大家吃午饭／160 第18章 市场部的讨厌鬼／163 一、要求听用户的故事／163
二、用你自己的感受说话／164 第19章 骄傲的程序员／168
一、参与产品设计，并且一起制订进度计划／168
二、所有非功能需求，必须一开始就设定／171 三、用可展示的程序推动设计／174
四、分工=共同设计+分头按接口开发／177 五、以测试结果验证项目进度／178
六、应对“上线危机”／179 七、一边航行一边修理／182 八、拉响进度警报／184
九、做好长跑的准备：重构测试运维／186 第20章
准备好资源，特别是人际关系资源／188 一、人力资源／188 二、开发硬件资源／189
三、服务器等运营硬件资源／189 四、广告费等项目推广资源／190
五、团队活动经费／190 六、所有资源的资源——老板／191 第21章
沟通各色人等／192 一、让人大吃一惊的美术／192
二、拿什么拯救你，我的编辑／193 第六篇 长期项目195 第22章 核心团队／196
一、核心人物的要求／196 二、磨合／200 第23章 做一个斤斤计较的制作人／208
一、知己知彼／208 二、让每个人都知道为何而战／212 三、最忠实用户／215
四、追求质量／216 第24章 管理飞扬跋扈的技术部／219
一、开发是一切——何时写文档／219 二、了解什么是软件架构／222
三、何时以及如何评审／228 四、分层开发，尽快运行／230
五、非功能需求决定成败／231 六、追求代码质量／233
七、搭好测试这个安全网／234 八、自己掌控开发方向／236 九、告别救火队员／237
十、每天发版／239 十一、版本列车／242 十二、论功行赏（绩效评估）／243 第25章
“硬件”资源／246 一、你需要的软件工具／246 二、知识——人力资源倍增器／250
三、技术部周年财政预算：人力硬件办公设备／251
四、环境提升效率：门、家具／255 五、公司内部系统／256 第26章 专业副手／258
一、生旦净末丑缺一不可／258 二、被忽视的IT／259 三、运维=网管？／262
四、人肉美术资源转换器／263 五、神或牛一样的测试人员／264 六、压力测试／265
七、客服／267 八、鼓励为自己加班／268 第七篇 管理者的三板斧271 第27章
目标管理／272 一、关于管理的误解／272 二、管理的本质／274
三、基于目标的管理／276 第28章 时间管理／281 一、阿尔卑斯法时间管理／281
二、番茄时间管理／284 第29章 沟通技巧／286 一、了解沟通对象的性格／286
二、了解沟通对象的职业特征／290 三、了解你自己／295
．．．．． (收起)

[世界500强互联网产品经理管理笔记_下载链接1](#)

标签

产品经理

项目管理

管理

互联网

产品设计

技术研发

技术

职场

评论

还是写了些东西出来，不是理论道理堆砌出来骗钱的书。最后的章节有点过于简略，展开说的话应该有不少内容可写。

这本书不到一天浏览完了感觉写的非常杂乱，更产品几乎毫无关系，项目管理八卦还差不多

感觉有那么些用，偏技术，跟目前从事的产品工作有点出入，干货还是不少的，总结来说，做互联网产品的人最好还是要懂技术啊，软肋！！

这并不是一本适合入门者读的书，现在的我是这么觉得的。

专业性很强的一本书，特别针对互联网公司，里面有很多专业性术语，比较难理解

杂乱无章

提出了一个比较不错新的观点，高效能的基础是精力，而非时间。其他内容一般。

[世界500强互联网产品经理管理笔记_下载链接1](#)

书评

[世界500强互联网产品经理管理笔记_下载链接1](#)