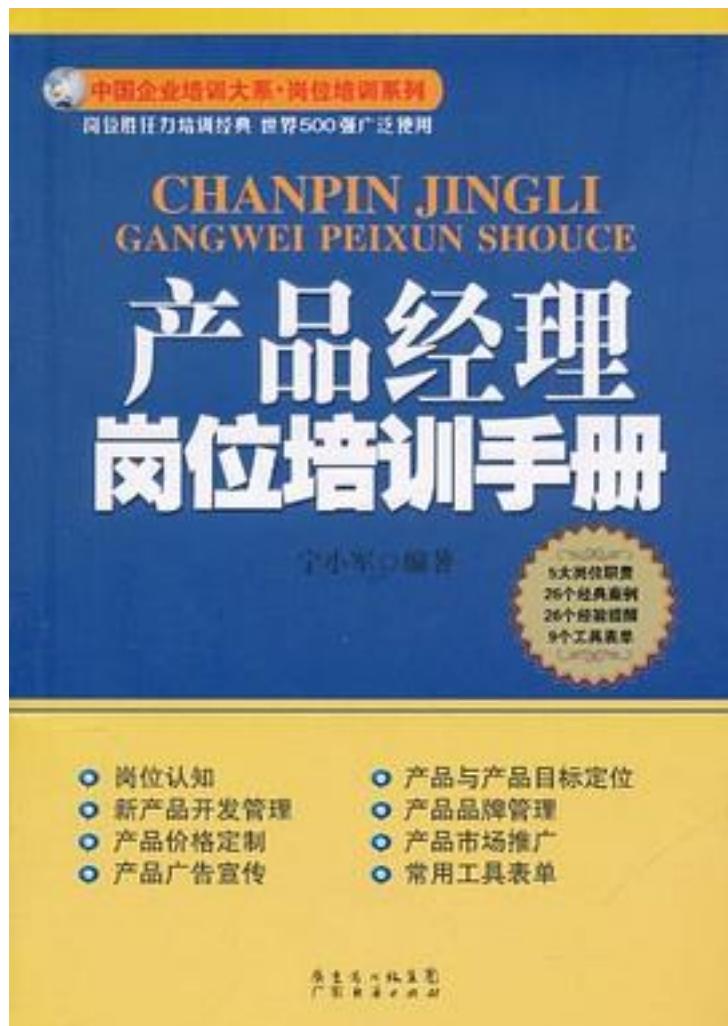


# 产品经理岗位培训手册



[产品经理岗位培训手册 下载链接1](#)

著者:宁小军

出版者:广东经济

出版时间:2011-6

装帧:

isbn:9787545407617

《产品经理岗位培训手册》内容简介：产品经理需要扮演好技术人员、市场人员、销售

人员、培训师、谈判专家等多种角色，才能在产品开发和管理的过程中协调好各部门之间的关系，使客户满意，成功将产品推向市场。《产品经理岗位培训手册》从产品经理需要扮演的各个角色入手，全方位讲解各项具体工作中的管理方法和实操技巧，是产品经理迅速提高产品开发、管理和推广能力的优秀读本。

作者介绍：

华南理工大学毕业，北京大学MBA工商管理硕士。先后有国企、外企、私营、民营企业的服务经历。美国“贝蒙特”汽车润滑油品广东总代理，成功建立全省级各地市的代理分销体系，与中国网通合作，创造性地策划实施了“广告电话”、“电话大富翁”、“IP多方通话”等多项电信增值业务，并带领团队针对不同客户群进行各种广告和市场营销策划。在业务拓展、营销策划、运作管理方面有丰富的实战经验。

目录: 第一章 产品经理岗位认知 第一节 产品经理岗位描述 一、产品管理的形式  
二、产品经理的工作内容 三、产品经理扮演的几种角色 第二节 产品经理岗位要求  
一、产品知识要求 二、产品经理的素质要求 三、产品经理必备的工作态度  
探究·思考 第二章 产品与产品目标定位 第一节 产品基础知识 一、产品的定义  
二、产品的层次 三、产品的分类 四、产品生命周期 五、产品组合 第二节  
产品目标定位 一、设立产品目标的适用情况 二、产品目标层次划分 三、产品定位  
四、产品战略选择 探究·思考 第三章 新产品开发管理 第一节 什么是新产品  
一、新产品的定义 二、消费者对于新产品的观点 三、生产者对市场和新产品的观点  
第二节 新产品开发策划 一、新产品开发的组织形式 二、新产品开发策划调查  
三、新产品开发策划应注意的事项 第三节 新产品开发战略计划  
一、新产品开发战略制定 二、制作新产品市场开拓计划书  
三、制作新产品开发企划方案 第四节 新产品开发程序 一、新产品构思的产生  
二、构思筛选 三、新产品概念的发展和测试 四、制订营销战略计划 五、商业分析  
六、产品实体开发 七、新产品市场测试 八、商业化 探究·思考 五、品牌认知度  
六、品牌因素 七、品牌认知的成功要素 第二节 品牌策略决策与实施  
一、品牌决策的内容 二、品牌决策流程图 三、品牌建立决策 四、品牌归属决策  
五、品牌命名决策 六、品牌策略决策 七、品牌重新定位决策 八、品牌策略的实施  
第三节 品牌延伸策略 一、品牌延伸决策 二、品牌延伸的步骤  
三、品牌延伸的策略性问题 探究·思考 第五章 产品价格制定 第一节 产品价格制定方法  
二、产品定价目标 二、影响价格决策的因素 三、产品定价的方法 第二节  
产品价格制定技巧 一、新产品定价技巧 二、产品组合定价 三、产品价格调整技巧  
四、价格变动策略 探究·思考 第六章 产品市场推广 第一节 产品市场推广策划  
一、产品市场推广策划的思路 二、产品市场推广工具 三、产品市场推广策划的程序  
第二节 产品促销 一、新产品上市促销客观规律 二、产品促销准备  
三、产品促销策划流程 四、促销目标的制定 五、促销方案的制定  
六、促销策划方案撰写 七、产品促销管理 八、促销活动效果评估 探究·思考 第七章  
产品广告宣传 第一节 广告与广告定位 一、现代广告的特征 二、广告的作用  
三、产品的广告定位 第二节 广告策略 一、广告策略的形式和内容 二、广告的信息策略  
三、广告的产品策略 四、广告的市场策略 五、广告的发布和表现策略 第三节  
产品广告策划 一、广告策划的基本程序 二、广告主题策划 三、广告媒体选择策划  
四、制订广告计划 五、编写广告策划书 探究·思考 附录 总自检 常用工具表单 参考文献  
· · · · · (收起)

[产品经理岗位培训手册](#) [下载链接1](#)

## 标签

产品经理

产品

营销

经济

ererer

## 评论

可以当一本线下产品各个生命周期中的管理手册

---

一个岗位培训丛书中的一本，明显的拼凑。互联网、传统行业的内容混杂。不同行业的产品生产、营销的方法大相径庭，硬要拼在一起，纯粹是为编书而编书。

---

正读，说得再理，暂未发现实用之处，对我而言。

---

[产品经理岗位培训手册 下载链接1](#)

## 书评

