



《产品经理入门实战》课程

实施方案





一、培训对象

- 从事传统设计行业的设计师如平面设计师、网页设计师、室内外设计师、工业造型设计师、产品设计师、广告设计师、动画设计师等。
- 从事 UI 设计师和初级交互设计师、产品经理助理的各种互联网设计师岗位的人群。
- 从事互联网行业的各个岗位的从业人员如程序员、网络运维、数据分析师等均可通过此课堂提高用户体验的产品设计思想。

二、培训目标

- 掌握产品经理概念和职能描述;
- 掌握产品经理各种提交物如竞品分析、用户画像的深入讲解;
- 掌握产品设计流程和敏捷开发流程 ;
- 通过对各种经典互联网产品运营案例的解析初步了解产品运营的概念和实战技巧 ;

三、建议课时：1-2 天

四、课程大纲：

| 产品经理职能概述 | 产品市场定位和用户研究方法 |
|---|--|
| <ul style="list-style-type: none"> • 互联网产品定义 <ul style="list-style-type: none"> ○ 什么是产品 ○ 什么是互联网产品 ○ 互联网产品的特征 • 产品经理与互联网发展的关系 <ul style="list-style-type: none"> ○ 互联网发展三个阶段 ○ 移动互联网发展四个阶段 | <ul style="list-style-type: none"> • 市场描述 <ul style="list-style-type: none"> ○ 用户描述 ○ 市场描述 ○ 案例解析：新闻资讯阅读用户规模估算 ○ SWOT 分析 ○ 需求描述 |



| | |
|---|---|
| <ul style="list-style-type: none"> • 产品经理与产品价值的关系 <ul style="list-style-type: none"> ○ 苹果和乔布斯 ○ 微信和张晓龙 • 产品经理职责和能力 <ul style="list-style-type: none"> ○ 定义精准的用户群 ○ 获取、评估和管理用户需求 ○ 关于用户体验 ○ 关于交互设计和信息架构 ○ 项目管理 ○ 产品运营数据的分析和总结 ○ 提供运营、市场和销售等支持 | <ul style="list-style-type: none"> • 市场描述与产品定位 <ul style="list-style-type: none"> ○ 产品的市场突破点 ○ 打破行业壁垒 ○ 产品定位的难点 ○ 产品规划案例 • 竞品分析 <ul style="list-style-type: none"> ○ 竞品分析方法 ○ 竞品分析流程 ○ 竞品分析总体思路 ○ 竞品分析案例解析和实战演练 • 用户画像 <ul style="list-style-type: none"> ○ 用户画像的定义和重要性 ○ 用户画像案例解析：滴滴打车为例 ○ 用户画像实战演练 |
| <p>产品设计与开发流程和敏捷开发</p> | <p>敏捷开发、产品用户体验设计解析、产品运营和执行</p> |
| <ul style="list-style-type: none"> • 需求分析 <ul style="list-style-type: none"> ○ 需求分析在产品的设计开发流程中的重要性 | <ul style="list-style-type: none"> • 小马快跑、敏捷开发 <ul style="list-style-type: none"> ○ 敏捷开发定义 ○ 敏捷开发原则 |



| | |
|--|--|
| <ul style="list-style-type: none">○ 需求分析的难点和要点（需求→功能→产品）○ 需求分析方法论○ 需求分析流程○ 需求分析来源○ 需求分析案例解析和实战演练● 产品设计与开发流程<ul style="list-style-type: none">○ 市场调研○ 需求分析○ 功能设计○ 原型设计○ 视觉设计○ 前端开发○ 后端开发○ 测试与上线○ 迭代与版本更新 | <ul style="list-style-type: none">○ 敏捷开发流程● 用户体验设计<ul style="list-style-type: none">○ 什么是用户○ 什么是体验○ 什么是好的设计○ 产品的五个用户体验要素○ 产品设计开发与用户体验○ 用户体验设计原则● 产品运营推广<ul style="list-style-type: none">○ 产品运营案例解析○ 滴滴打车运营推广案例○ 产品运营规划○ 运营策略和方法○ 用户力与产品运营○ 产品发布管理○ 发布流程○ 发布策略○ 发布准备和正式发布○ 数据分析与跟踪 |
|--|--|