

<<产品经理手册>>

图书基本信息

书名：<<产品经理手册>>

13位ISBN编号：9787801474667

10位ISBN编号：780147466X

出版时间：2001-01

出版时间：企业管理出版

作者：郭义峰

页数：340

字数：278000

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：<http://www.tushu007.com>

<<产品经理手册>>

内容概要

本手册以产品经理的职责为主线，从产品经理实务的角度出发，详细介绍了产品经理日常工作的具体内容。

本书共分十章。

第一章概述了产品经理与产品管理的关系，第二章和第三章阐述了产品经理如何设定产品目标、战略以及制定详细的营销计划。

第四章论述了新产品开发与产品上市。

第五章、第六章、第七章和第八章则从产品经理日常管理出发，详细介绍了如何进行信息和价格管理，如何进行广告和促销管理。

第九章、第十章论述了产品经理如何进行有效的控制以及进行有效的沟通。

本手册对广大职业产品经理来说，是一本相当实用的工具书，同是，也可作为在校营销专业师生的课外读物和了解销售实战知识的参考用书。

<<产品经理手册>>

书籍目录

第一章 产品管理与产品经理 1、产品管理的兴起 2、认识以产品为中心的组织形式 3、产品经理及产品小组成员的岗位描述 4、产品经理与其他人员的关系 第二章 设定产品目标和战略 1、设定产品目标 2、选择战略方案 3、进行产品定位 第三章 制定产品营销计划 1、制定产品营销计划的目的和方法 2、产品营销计划的过程和主要内容 3、如何进行背景分析 4、确定营销目标、战略与方案 5、制定权变计划 第四章 新产品开发与产品生命周期 1、产品经理与新产品开发 2、制定新产品战略规划 3、新产品开发模式 4、产品生命周期 第五章 产品经理如何进行信息管理 1、产品经理与信息管理 2、产品经理的信息系统设计 3、产品经理的营销信息的管理 4、进行市场预测 第六章 产品经理如何进行价格管理 1、如何制定产品的价格 2、产品经理对价格的修订 3、产品经理如何进行价格变更 第七章 广告管理 1、营销传播概述 2、产品经理在广告管理中的作用 3、确定广告目标与预算 4、进行媒体决策 5、广告效果的监测 第八章 产品经理如何进行促销管理 1、确定促销的目标 2、促销类型及常见的促销工具 3、促销活动方案 的策划 4、促销活动的效果评估 5、整合营销传播 第九章 有效的控制与紧急事件的处理 1、提案与月度会议 2、销售量、市场份额及营销成本分析 3、如何处理产品投诉 第十章 如何进行有效的沟通 1、了解和掌握有效沟通的技巧 2、如何与上司、下属、公司其他员工及顾客进行沟通 3、产品（品牌）经理人成功心得 附录一 中华人民共和国商标法 附录二 中华人民共和国反不正当竞争法

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:<http://www.tushu007.com>