

产品与市场营销课程大纲

一、课程总体说明：

1. 教学对象

产品部门的工作人员，以及产品经理、产品助理、数据分析师、用户分析师等产品岗位

2. 课程性质

核心知识+工作方法+实践演练

3. 课程目的和内容

通过本项目课程的受训，被培训人员可清楚知道产品与市场营销结合的重点、难点、关键点，通过掌握适合的**市场认识论、营销方法论及相关营销工具**，能够与本组织市场营销部门、线下渠道、网络销售渠道等内外部组织进行协作，从而顺利完成相关产品**从定位、规划到营销推广的全部工作过程**。

二、课程的基本要求

通过本系列课程的学习，学员必须懂得：

- 产品工作成功的关键要素是什么，合理的认识论、方法论有哪些，怎么完成任务；
- 数字营销不止是认识论，也是可以操作我们营销实践的方法论，因为可以带来确定性；
- 产品的场景规划与用户行为分析，在产品营销推广工作中至关重要；
- 拥有合适的数学、心理学知识与分析工具，是当下做好新营销的必备手段。

三、培训计划安排（核心课程）

本课程预计时间周期为两天，内容包括：概念、策略、方法、实践。

第一天 概念策略篇

	培训内容	备注说明	时间
上	一 概念篇	讲述新时期市场营销的基础理论及发展趋势	3 小时
	市场营销理论与营销 3.0	讲述市场营销的发展阶段及当前新营销的趋势与特点	1H
	营销理论 4P/4C/4I	讲述市场营销经典理论 4P,4C,4I	1H
午	营销情报:市场调研与竞品分析	讲述市场调研与竞品分析的相关概念及原理	1H
下	二、策略篇	讲述产品市场营销的相关策略	3 小时
	营销战略:如果做好产品定位与市场细分	讲述市场营销的 STP 战略及操作方法	1H
	商业模式：商业模式纵观与战略规划	讲述商业模式的策略及规划方法	1H
	社群营销:传播者驱动力与引爆推广	讲解与案例分析如何进行社群及病毒营销	1H

第二天 谋划与行动篇

	培训内容	备注说明	时间
上	三、谋划篇	讲述产品促进与推广的新方法与新手段	3 小时
	场景营销:打造让用户欲罢不能的销售氛围	通过案例分析来讲解商品场景化营销的手段与模式	1.5 H
	数字营销：确定性营销方法论、工具	通过案例分析来讲解，如何使用数学思维与数据分析完成商品的确定性营销	1.5 H
午			
下	四、实践篇		3.5 小时
	课题开发：健康食品的视频广告设计	通过小组协作（工作坊）的模式，来学会如何设计产品营销推广的视频	1.5H
	课题开发：健康食品的 O2O 社群推广方案设计	通过小组协作（工作坊）的模式，来学习和掌握如果使用互联网和新营销的方法和工具来制作产品推广方案	1.5H
	4.培训总结	产品与市场营销课程的学习总结	0.5H
午			

三、讲师授课愿景（授课特点）

所有案例都是来源于讲师自身的独立研究与第一线实践，且陈浩老师目前仍然在从事产品规划与产品营销策划的第一线（任职产品总监），意在推广和普及最前沿的产品技术和促进方法。

授课过程轻松活泼，教授方式注重历史和逻辑的一致性，讲解内容侧重于产品的商业拓展与升级演化，更利于与学员形成共鸣。

所有课程内容层次丰富，根据需要可从关注领域的本体论、认识论、方法论逐级展开，

通过问题领域的世界观、历史观、价值观阐述问题，使得受众能够全方位的了解所学领域的相关知识和实践路径。