

# 产品经理课程大纲

培训目标：

1. 建立以客户需求为中心的理念
2. 掌握需求管理的方法论
3. 掌握客户需求收集与持续挖掘的方法
4. 掌握市场调研方法论和常用工具
5. 掌握创新（经营模式创新+产品创新）方法论和常用工具
6. 了解 NPDP 产品管理知识体系框架

课程时长：1 天

课程设置：

学员分组，结合课程方法论讲解和案例分析与课堂演练。

课程大纲(以下时间供参考，具体时间及内容可依实际情况调整)：

开场破冰

1. 强调课程的目标
2. 课程的总体结构和内容脉络

单元一：产品需求管理和市场管理

1. 需求的定义
2. 产品需求管理的阶段
3. 练习-客户识别工具-回溯分析法
4. 从客户需求到项目管理的交付路径
5. 客户需求收集的步骤
6. 练习：用户体验地图工具演练 讲师讲授分钟 理
7. 客户需求的收集途径和常用方法
8. 客户需求分析的步骤

9. 需求分析的常用工具：Kano 模型和优先矩阵

10. 市场管理方法论六步走

11. 市场管理常用工具：安索夫矩阵、SWOT 分析、  
价值曲线分析、竞品分析雷达图等

## 单元二：商业模式创新与产品创新

1. 熊彼特对创新的定义

2. 创新战略框架：波特竞争战略、克里斯坦森颠覆式创新

3. 商业模式创新经典要素拆解法：供-需-连

4. 练习：商业画布 9 宫格

5. 经典商业模式分析：维他命、止疼片、安定片

6. 技术创新与产品创新的关系

7. 创意工具集：SCAMPER、头脑风暴、故事板、德尔菲、六顶思考帽

8. TRIZ 创新方法论

9. 如何在企业中营造创新氛围

## 单元三：NPDP 产品管理知识体系框架

1. 产品的定义

2. 产品管理与项目管理的区别

3. 产品经理的核心功能

4. 产品经理失败案例与成功案例

5. NPDP 产品管理知识体系框架

6. NPDP 价值体现