

构建产品管理个人知识体系学习包

---课程介绍---



<http://www.chinapm.com.cn>

UCPM 会员内部分享，未经许可，不得外传使用！

~ 1 ~

1、咱们的课程结构

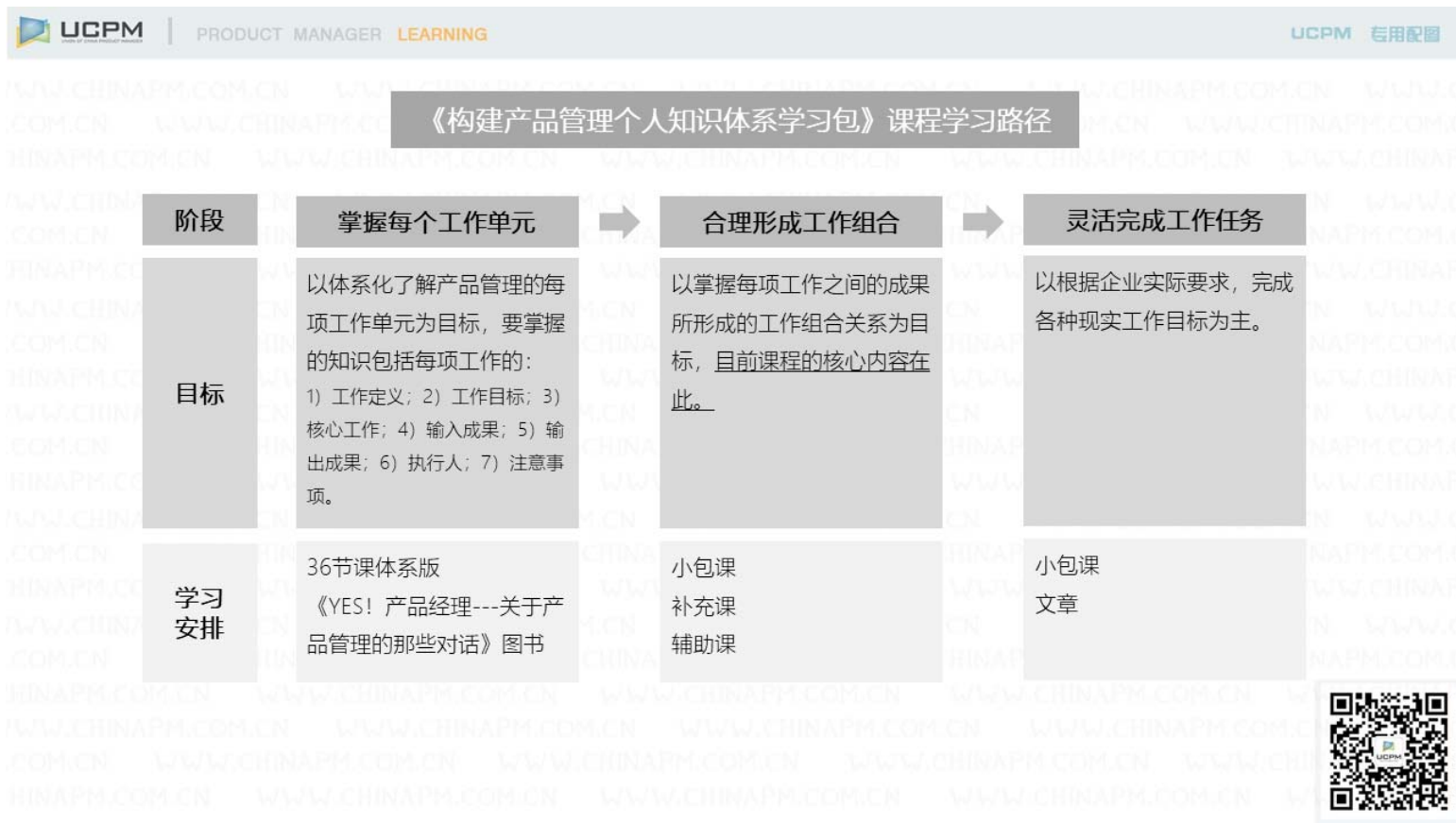
UCPM PRODUCT MANAGER LEARNING		UCPM 专用配图			
《构建产品管理个人知识体系学习包》课程结构					
类型	主课	补充课	辅助课	资料库	
目标	以讲解产品管理中每个工作的流程、模型、方法、工具为主，以学了就能用为目标	以介绍和主课中每个工作有关的现实案例为主，讲解工作的具体应用，以灵活开展每项工作为主	以介绍和主课以及补充课有关的产品管理基本概念，辅助工具为主，以扩展工作的灵活性为主	以提供和主课，补充课，辅助课相关的工具、资料下载为主， <u>PMMANAGER中已有的就不提供了</u>	
形式	音频 电子课件 文字稿	文章 电子书	音频 电子课件 文字稿	软件 EXCEL工具 WORD模板	



<http://www.chinapm.com.cn>

UCPM 会员内部分享，未经许可，不得外传使用！

2、咱们的学习路径



<http://www.chinapm.com.cn>

UCPM 会员内部分享，未经许可，不得外传使用！

3、这个可能更有意义

1) 为了让本学习包更好的适配大家现实的学习需求，我们支持课程定制，如果您有期望学习的产品管理知识，可以和我沟通，确定课程内容，如果我们有能力形成课程，那么，我们将为您定制课程。

注意：课程标准：1) 不少于三节课，每节课在 15 分钟左右；2) 仅限于产品管理知识，不涉及具体行业、产品；3) 如果无法形成课程，那么，我们会以文章的形式呈现。

2) 在您学习的过程中，如有问题，可以随时和我们沟通，任何问题都可以，只要我们知道，一定尽力回复。

4、已发布课程汇总

编号	课程名称	节数	音频时长 (分钟)	PPT 教材 (页)	文字稿 (字数/页)	价格 (元)
1	36 节课体系经典版	36	550	153	120762 / 259	399
2	产品结构管理	6	105	34	21019 / 50	30

<http://www.chinapm.com.cn>

UCPM 会员内部分享，未经许可，不得外传使用！

3	产品需求管理	6	120	44	24326 / 62	30
4	产品路线管理	5	70	27	14375 / 33	25
5	商业模式构建	11	300	120	61931 / 153	55
6	产品规格管理	3	40	16	7992 / 23	0
7	产品经理和营销	6	247	90	45598 / 119	30
8	产品经理和竞争	4	89	24	16120 / 38	20
合计		77	1521	508	312123 / 707	589

说明:

1、所有音频课程提供 PPT 电子课件;

<http://www.chinapm.com.cn>

UCPM 会员内部分享, 未经许可, 不得外传使用!

- 2、所有课程提供文字稿，前五套课程提供打印版，后续课程提供电子版；
- 3、产品规格管理为免费课程，扫描以下二维码即可收听：



4.1、36 节课体系经典版

1) 课程简介

以老汤曾经做过的一个产品为主案例，基于产品管理工作的八大体系为结构，全面了解产品管理的工作，熟悉产品管理的流程，为后续小包课的学习奠定基础，简单说，这个课程就是学习产品管理工作的每个工作模块，这样大家就可以根据实际要求进行模块组装，形成工作单元。

<http://www.chinapm.com.cn>

UCPM 会员内部分享，未经许可，不得外传使用！

2) 基本信息

节数	36
音频时长 (分钟)	550
PPT 教材 (页)	153
文字稿 (字数/页)	120762 / 259
价格 (元)	399

购买该课程，即可获得以下已发布的小包课和后续发布的所有小包课

[联系我购买该课程](#)

<http://www.chinapm.com.cn>

UCPM 会员内部分享，未经许可，不得外传使用!



3) 课程表

编号	名称
起步	
WPMAS-STATR	课程介绍
必须要做的事情	
WPMAS-01	开始准备成为一名真正的产品经理
WPMAS-02	PST 的作用

编号	名称
自我评估系统	
WPMAS-21	说的这么好，我们能做到多少
新产品管理系统	
WPMAS-22	别等着产品都出来了才想着如何去营销
WPMAS-23	好的想法如何脱颖而出

<http://www.chinapm.com.cn>

UCPM 会员内部分享，未经许可，不得外传使用！

WPMAS-03	新产品管理的框架	WPMAS-24	哪个产品概念最适合自己
市场调研系统		WPMAS-25	实现团队需要什么样的概念原型
WPMAS-04	看起来重视的市调	现有产品管理系统	
WPMAS-05	市调不是你做，想做就能做	WPMAS-26	让我们的销售团队全副武装起来
市场分析系统		WPMAS-27	如何让销售团队喜欢上我们的产品
WPMAS-06	需求是需求，问题是问题	WPMAS-28	好的就一定要大声说出来
WPMAS-07	新产品的想法来源还有哪些途径	WPMAS-29	让销售团队一下子就找到目标客户
WPMAS-08	问题不是想想就行了	WPMAS-30	如何让产品一炮而红
WPMAS-09	需求，这样做就不会被怼了	计划制定系统	
WPMAS-10	我们的市场在哪里-标准怎么定	WPMAS-31	四个计划，一个都不能少
WPMAS-11	我们的市场在哪里-确定我们真正要做的市场	管理控制系统	
WPMAS-12	用户永远是不听话的	WPMAS-32	必须得有一个小账本

<http://www.chinapm.com.cn>

UCPM 会员内部分享，未经许可，不得外传使用！

WPMAS-13	我们接触的难道仅仅是用户
WPMAS-14	他们存在于哪些场景中
WPMAS-15	把他们关心的告诉他们
WPMAS-16	我们可能收获多少，你知道吗
竞争分析系统	
WPMAS-17	谁会抢夺我们的市场
WPMAS-18	定价不是定数字，而是定策略
WPMAS-19	不是每个渠道都是挣钱的
WPMAS-20	我们好在哪里要告诉市场

文档体系初了解	
WPMAS-33	用什么样的文档来管理流程
WPMAS-34	用什么样的文档来控制方向
WPMAS-35	用什么样的文档来确定计划
应用实例	
WPMAS-36	RPM 的两个具体应用实例
告一段落	
WPMAS-END	RPM 的全面总结

4.2、小包课 - 产品需求管理

1) 课程简介

通过本小包课的学习，大家可以学习到一个产品是如何从市场问题逐步形成产品的，其中包括最为关键的四个过程漏斗：问题管理->需求管理->创意管理->概念管理。

在本小包课中，共涉及两个概念，四个流程，四个工具，三个模型。

2) 课程表

正确了解产品管理中的需求是什么
消费者的需求是如何产生的
产品管理的需求应该如何来定义
如何正确和全面的理解产品管理的需求
漏斗 1-需求管理的源头-问题分析矩阵

课程基本信息	
节数	6
音频时长 (分钟)	120

<http://www.chinapm.com.cn>

UCPM 会员内部分享，未经许可，不得外传使用！

问题管理的流程都包括什么
问题管理的三个工作都是什么
问题管理所涉及到的两个操作工具都是什么-评估维度和指标的设定
漏斗 2-需求管理的过程-需求矩阵表
《需求矩阵表》是什么
如何对每个需求进行科学的评估-评估维度和指标的设定
需求的优先级是如何科学的设定出来的
漏斗 3-需求管理的成果-创意的评估
创意检查清单该如何设计
创意筛选标准都包括哪些
创意检查点该如何设计-评估维度和指标的设定
创意评估的计算模型是什么

PPT 教材 (页)	44
文字稿 (字数/页)	24326 / 62
价格 (元)	30



扫描该二维码直接购买该小包课

<http://www.chinapm.com.cn>

UCPM 会员内部分享，未经许可，不得外传使用！

漏斗 4-需求管理的目标-产品概念的筛选
产品管理中定义的产品概念是什么
产品需求、产品概念、产品介质之间的关系是什么
如何评估出适合当前产品目标的产品概念出来-评估维度和指标的设定
深入了解需求管理中的一些情况
需求管理中可能存在的三个问题
需求管理中要把握的四个标准
需求管理三个要避免的地方

4.3、小包课 - 产品结构管理

1) 课程简介

通过本小包课的学习，大家可以学习到基于产品结构的产品线、产品组合该如何管理，其中包括最为关键的四个工作点：产品结构；产品战略图；

<http://www.chinapm.com.cn>

UCPM 会员内部分享，未经许可，不得外传使用！

产品线；产品组合。

在本小包课中，共涉及四个概念，三个流程，三个工具，四个模型。

2、课程表

产品结构的全面认识
产品树形图的认识
第一层级：产品结构是什么
第二层级：产品线；产品组合；产品目录是什么
第三层级：产品家族；产品群是什么
第四层级：产品单元是什么
产品结构的战略设计-产品战略图（PST）的构建
产品战略图（PST）是什么？作用是什么
如何绘制 PST-三步操作

课程基本信息	
节数	6
音频时长（分钟）	105
PPT 教材（页）	34
文字稿（字数/页）	21019 / 50
价格（元）	30

<http://www.chinapm.com.cn>

UCPM 会员内部分享，未经许可，不得外传使用！

PST 能提供给我们什么信息
产品线的战略管理-产品线的三种操作策略和评估工具
产品线的三种操作都是什么
产品线删除需要思考的七个关键点
产品线增加需要思考的五个关键点
产品线三种延伸需要思考的关键点和要求
产品线三种操作的评估矩阵-五步操作
产品组合的战略管理-产品经理为什么是这个工作的天选之人
产品组合 (portfolio) 到底是指什么
产品组合的四个关键目标是什么
产品管理中的产品组合是如何定义的
产品组合的战略管理-如何来做这个工作



扫描该二维码直接购买该小包课

<http://www.chinapm.com.cn>

UCPM 会员内部分享，未经许可，不得外传使用！

GE 矩阵如何使用-五步操作
基于 GE 矩阵的产品组合策略都有哪些
产品组合策略需要注意的地方
产品组合的战略管理-产品组合常见的六种策略
常见的六种产品组合策略是什么
企业角度的三种产品组合类型是什么
消费者角度的三种产品组合类型是什么

4.4、小包课 - 产品路线管理

1) 课程简介

通过本小包课的学习，大家可以学习到产品经理如何制定产品路线图，其中关键知识点包括：路线图的类型；构建路线图的步骤；如何思考路线图所涉及到的组件。

<http://www.chinapm.com.cn>

UCPM 会员内部分享，未经许可，不得外传使用！

在本小包课中，共涉及三个概念，一个流程，三个工具，一个模型。

2) 课程表

产品路线图的全面认识
产品经理为什么要构建产品路线图
到底应该如何来定义产品路线图
产品路线图的本质是什么
如何来构建产品路线图
影响产品路线图构建的四个因素是什么
构建产品路线图的步骤-六步操作
构建产品路线图的三个确保
产品路线图的分类
产品路线图分类 1-面向行动的产品路线图

课程基本信息	
节数	5
音频时长 (分钟)	70
PPT 教材 (页)	27
文字稿 (字数/页)	14375 / 33
价格 (元)	25

<http://www.chinapm.com.cn>

UCPM 会员内部分享，未经许可，不得外传使用！

产品路线图分类 2-面向目标/主题的产品路线图
产品路线图分类 3-面向对象的产品路线图
如何制作综合性的产品路线图
构建产品路线图所需的组件
产品路线图所需组件 1-时间
产品路线图所需组件 2-产品
产品路线图所需组件 3-目标/主题
产品路线图所需组件 4-行动
产品路线图所需组件 5-事情
产品路线图所需组件 6-状态
构建产品路线图需要注意的六个方面
为什么说产品路线图并不是对团队关注点的汇总



扫描该二维码直接购买该小包课

<http://www.chinapm.com.cn>

UCPM 会员内部分享，未经许可，不得外传使用！

为什么说产品路线图不是美化的项目甘特图
为什么说产品路线图无需承诺明确的起止时间
为什么说要和利益相关人分享产品路线图
为什么说要定期回顾产品路线图
为什么说产品路线图不但要定义“做什么”，还要定义“为什么”

4.5、小包课 - 商业模式构建

1) 课程简介

通过本小包课的学习，大家可以学习到如何构建和管理产品的商业模式，以平衡型商业模式为例，共包括十个模块的具体构建。

在本小包课中，共涉及十二个概念，十一个流程，十二个工具，八个模型。

<http://www.chinapm.com.cn>

UCPM 会员内部分享，未经许可，不得外传使用！

2) 课程表

全面认识商业模式
常见的三种商业模式画布
平衡型商业模式的十个模块概述
商业模式构建要素之目标客群管理
如何确定目标细分市场-五步操作
我们要关注确定的细分市场的九类信息都是什么
商业模式构建要素之价值主张管理
价值主张如何来构建-三步操作
如何不同于竞品-价值主张的来源
能够被构建-价值主张的设计
能够被感知-价值主张的传播

课程基本信息	
节数	11
音频时长 (分钟)	300
PPT 教材 (页)	120
文字稿 (字数/页)	61931 / 153
价格 (元)	55

<http://www.chinapm.com.cn>

UCPM 会员内部分享，未经许可，不得外传使用！

商业模式构建要素之渠道管理

采用“渠道两维度绘制法”来构建大渠道

渠道盈亏的核算

商业模式构建要素之客户关系管理

客户关系管理的三个基本原则

LCV 的测量点都有哪些？

LCV 评估模型的设计-四步操作

客户满意度模型的设计-三步操作

商业模式构建要素之收入模型管理

和定价有关的三个模型都是什么

定价的基本框架原则是什么

基于框架的定价步骤-六步操作



扫描该二维码直接购买该小包课

<http://www.chinapm.com.cn>

UCPM 会员内部分享，未经许可，不得外传使用！

商业模式构建要素之核心能力管理
核心能力的本质是什么
如何基于优势资源导出核心能力
如何评估出自己的核心能力-三步操作
商业模式构建要素之价值链管理
我们通过哪些活动向客户提供价值
这些活动如何形成一个连续性的过程-五步操作
这些活动中哪些是关键性的活动-评估模型如何构建
商业模式构建要素之价值配置管理
核心能力，价值链和价值配置的关系是什么
价值配置的四种形式是什么
商业模式构建要素之成本结构管理

产品基本的成本结构是什么
涉及利润的四个变量参数是什么
销量参数该如何预测
成本该如何核算
盈利能力该如何核算和评估
边际利润贡献、盈亏平衡点、安全系数该如何计算
商业模式构件要素之发展模式管理
商业模式生命周期的六个阶段是什么
如何绘制商业模式生命周期-三步操作
商业模式阶段评估的十个要素是什么
总结
平衡型商业模式画布的五大区块是什么关系

<http://www.chinapm.com.cn>

UCPM 会员内部分享，未经许可，不得外传使用！

4.6、产品经理和营销体系的那点事

1) 课程简介

通过本小包课的学习，大家可以学习到产品经理和营销体系在协作上应该做哪些工作，包括市场调研、渠道、定价、销售、推广和服务六大关系以及涉及到的工作。

在本小包课中，共涉及十个概念，十一个工作流程，九个工具，六个模型。

2) 课程表

产品经理和市调研究
产品经理需要做市调研究的五种情况
市调研究的六类内容和四种类型都是什么
市调研究的普遍流程是什么---五步走
如何设计调查问卷---四种调查问卷的设计

课程基本信息	
节数	6
音频时长 (分钟)	247

<http://www.chinapm.com.cn>

UCPM 会员内部分享，未经许可，不得外传使用！

产品经理在市调研究中应该扮演的四种角色是什么
市调研究方法都有哪些---焦点小组法和消费者态度研究法
产品经理和渠道管理
产品经理要关注的渠道到底是什么
产品经理要了解的三个渠道基础知识
产品经理如何构建二维度渠道
产品经理如何合算渠道盈亏
产品经理和定价管理
产品经理要了解的价格模型的基础概念
定价模型构建的普遍性流程---六步走
构建定价模型需要注意的五个方面
产品经理和销售协作

PPT 教材 (页)	90
文字稿 (字数/页)	45598 / 119
价格 (元)	30



扫描该二维码直接购买该小包课

<http://www.chinapm.com.cn>

UCPM 会员内部分享，未经许可，不得外传使用！

产品经理如何做销售指标预测---移动平均法的使用
销售工具包 (STKs) 的制作---三类八个文档的制作
产品经理如何做好销售的培训---五步走
产品经理和推广管理
产品价值的设计---三步走
推广策略的制定---五步走
产品经理和服务管理
客户终身价值 (LCV) 模型的设计---四步走
客户满意度模型的设计---三步走

4.7、产品经理和竞争格局分析

1) 课程简介

通过本小包课的学习，大家可以学习到产品经理如何用产品管理所要求的竞争观完成对各类竞争者的分析和制定客观的竞争战略。

在本小包课中，共涉及十个概念，九个工作流程，六个工具，七个模型。

2) 课程表

产品管理角度的竞争观应该是什么
竞争维度是什么？
竞争层次是什么？
竞争烈度如何计算？
玩家都有谁---如何确定我们的竞争对手
确定竞争者的六种方法都是什么？

课程基本信息	
节数	4
音频时长（分钟）	89
PPT 教材（页）	24

<http://www.chinapm.com.cn>

UCPM 会员内部分享，未经许可，不得外传使用！

如何选择合适的竞争者---三个关键指标的考虑
他们会怎么玩---如何对竞争对手进行分析
竞争者原型塑造---竞争者资料库的构建
如何摸清楚竞争者---二力评估和能力分析表
我们该怎么玩---如何构建我们的竞争战略
竞争格局矩阵构建---威胁值计算
如何制定行动计划---竞争差异同心圆和模仿天梯
动态竞争计分卡的使用

文字稿 (字数/页)	16120 / 38
价格 (元)	20



扫描该二维码直接购买该小包课

<http://www.chinapm.com.cn>

UCPM 会员内部分享，未经许可，不得外传使用！

5、谁来讲

2001年从事产品管理工作

10000000+级
用户产品

国内最早的产品经理

RPM模型提出者

TOC产品

经典产品管理



汤圆

UCPM中国产品经理联盟创始人之一

93%市场占有率的产品

TOB产品

0-10%的增长性产品/年

服务超过2000+个人

服务超过200+企业

《YES! 产品经理》系列图书作者

- 2001年开始从事产品管理工作，国内最早的产品管理者之一。
- UCPM 中国产品经理联盟创始人。
- 在经典产品管理、B端产品管理、C端产品管理、RPM（资源型产品管理）、APM（敏捷产品管理）上均有深厚的理论基础和实践经验。
- 有超过200家的各行业企业及2000+个人接受过张老师的产管理辅导，包括浪潮、海信，东航，富士，嘉华，三诺，三全，老板电器，方太，360，CNNIC，阿帕比，华北制药，飞亚达，利尔化学，望尔生物，21CN，环迅支付，高德，华大基因等。
- 出版《YES! 产品经理》图书系列（《YES! 产品经理》和《YES! 产品经理-阿泡的产品管理工具包》），该系列被誉为国内最专业和最经典的产品管理系列图书！

<http://www.chinapm.com.cn>

UCPM 会员内部分享，未经许可，不得外传使用！