

#### 图书基本信息

书名：<<世界500强互联网产品经理管理笔记>>

13位ISBN编号：9787121221057

10位ISBN编号：7121221055

出版时间：2014-1

出版时间：电子工业出版社

作者：韩伟

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>

## 内容概要

### 编辑推荐

《世界500强互联网产品经理管理笔记》介绍的项目管理知识，是以互联网项目开发为重点实践对象的。和一般项目管理书籍以介绍项目管理的过程为主不同，《世界500强互联网产品经理管理笔记》的重点在于介绍团队中的各个角色，阐述他们在不同类型的项目管理中应该承担的责任，以及实践中的经验教训。

### 内容提要

本书介绍的项目管理知识，是以互联网项目开发为重点实践对象的。

和一般项目管理书籍以介绍项目管理的过程为主不同，本书的重点在于介绍团队中的各个角色，阐述他们在不同类型的项目管理中应该承担的责任，以及实践中的经验教训。

全书分两大部分：第一部分介绍互联网公司中项目管理工作的静态特性，包括适用的软件工程概念、各种团队特征、项目管理工作范围；第二部分介绍在实践中的互联网项目管理经验，按小型、中型、长期性三种不同类型的项目，描述每个岗位在开发中应该承担的管理责任和实践经验，最后对团队管理者最常见的通用管理技能做一总结。

## 作者简介

韩伟，现就职于中国最大互联网公司腾讯。

传说中的高薪IT精英，先后在网易和腾讯工作。

在网易创业初期，是直接向网易老大丁磊汇报的开发经理，后任网易无线事业部的产品总监，全面主持大型团队管理和产品开发。

多年从事技术开发，对高性能系统以及功能、开发效率的平衡有独到的经验。

曾独立主持设计过多种大众娱乐类电子产品，对网络社区、网络游戏的产品策划有深刻认识。

工作经历横跨技术开发、产品设计、团队管理，项目经验包含互联网媒体、无线互联网、网络游戏等，在互联网项目上具有非常广阔的视野。

## 书籍目录

第一篇 陷入泥潭的产品经理1 第1章 焦油坑和变色龙 / 2 一、需求持续变化带来的痛苦 / 2 二、需求的变化类型 / 3 三、需求变化带来的问题 / 7 四、互联网上没有秘密，需求变化从开发者开始爆炸 / 8 五、为了获取需求而产生了大量需求 / 9 六、软件成为开发工具而产生的需求 / 10 七、软件成为水和电后产生的非功能需求 / 11 八、互联网产生的新型商业模式导致的需求 / 12 九、互联网残酷的竞争产生了新的需求 / 13 十、不变的只有变化 / 14 第2章 创业容易守业难 / 16 一、软件是产品还是服务？软件的形态在不断变更 / 16 二、软件的存在环境在持续变更 / 19 三、兵是流水的，营盘是铁打的吗？ / 21 四、机会爆炸 / 28 第3章 “敏捷”的真相 / 31 一、老板最喜爱的员工是最令人头疼的 / 31 二、敏捷是一种沟通方式 / 37 三、敏捷是瓷器活，你得有金刚钻 / 39 第4章 讨厌的老李 / 42 一、唠唠叨叨文山会海无所作为 / 42 二、离职长谈 / 43 三、无为而治 / 44 第5章 角色胜于流程 / 46 一、不在其位，难谋其政 / 46 二、以教训和经验为规范和流程 / 47 三、用接口代替检查 / 49 四、让理性引导团队 / 51 第二篇 项目团队的类型53 第6章 特种兵小队 / 54 一、强力碾压 / 54 二、“特种兵小队”的角色 / 55 三、一鼓作气，再而衰 / 59 四、准备长期作战 / 61 第7章 小作坊 / 68 一、师徒相传 / 68 二、温情人治 / 73 三、人员流动——分水岭 / 75 第8章 血汗工厂 / 78 一、领导数据赏罚 / 78 二、疯狂的测试 / 80 三、大隐隐于朝 / 82 第9章 外科手术室 / 84 一、专业和理想 / 84 二、关注目标，研究方法 / 86 三、现实很骨感 / 88 第三篇 项目管理工作范围91 第10章 开组了，速度了 / 92 一、人力资源规划 / 92 二、校园招聘 / 94 三、社会招聘 / 96 四、培训——新兵训练营 / 98 五、老兵报到处 / 100 六、隐形培训 / 103 第11章 看好你的小朋友 / 106 一、解释“为什么” / 106 二、制定、修改工作方法和工具 / 108 三、分配任务和资源 / 110 四、找出我们在哪儿 / 113 第12章 与老板“角力” / 116 一、计划和总结 / 116 二、争取资源 / 117 三、计划变更 / 120 第13章 跨部门沟通 / 122 一、无须太冷或太热 / 122 二、沟通记录汇报感谢 / 124 第四篇 超小型项目127 第14章 老板！老板！ / 128 一、一句话产品需求 / 128 二、准备好随时上线 / 130 三、选出你的千里马 / 132 第15章 十项全能运动员 / 135 一、设定目标——炮兵观察哨 / 135 二、小石子法分解目标 / 136 三、先设置好试验场 / 137 四、确保每天提交工作，并且是可测试的 / 139 五、重写不可避免，但须注意时机 / 140 六、山寨，善哉 / 141 七、简化代码工作 / 142 八、自己去补上那些漏洞 / 143 九、不要预设功能，但应提出设想 / 144 十、网上能下载的绝不自己写 / 145 第16章 吃自己做的饭 / 147 一、准备好干净的环境 / 147 二、设置必要的监控日志 / 148 三、自己务必要使用 / 150 四、直接接触用户 / 150 第五篇 半年期项目153 第17章 项目负责人 / 154 一、一句话需求 / 154 二、做好最好的设想，做好最坏的打算 / 158 三、组织大家吃午饭 / 160 第18章 市场部的讨厌鬼 / 163 一、要求听用户的故事 / 163 二、用你自己的感受说话 / 164 第19章 骄傲的程序员 / 168 一、参与产品设计，并且一起制订进度计划 / 168 二、所有非功能需求，必须一开始就设定 / 171 三、用可展示的程序推动设计 / 174 四、分工=共同设计+分头按接口开发 / 177 五、以测试结果验证项目进度 / 178 六、应对“上线危机” / 179 七、一边航行一边修理 / 182 八、拉响进度警报 / 184 九、做好长跑的准备：重构测试运维 / 186 第20章 准备好资源，特别是人际关系资源 / 188 一、人力资源 / 188 二、开发硬件资源 / 189 三、服务器等运营硬件资源 / 189 四、广告费等项目推广资源 / 190 五、团队活动经费 / 190 六、所有资源的资源——老板 / 191 第21章 沟通各色人等 / 192 一、让人大吃一惊的美术 / 192 二、拿什么拯救你，我的编辑 / 193 第六篇 长期项目195 第22章 核心团队 / 196 一、核心人物的要求 / 196 二、磨合 / 200 第23章 做一个斤斤计较的制作人 / 208 一、知己知彼 / 208 二、让每个人都知道为何而战 / 212 三、最忠实的用户 / 215 四、追求质量 / 216 第24章 管理飞扬跋扈的技术部 / 219 一、开发是一切——何时写文档 / 219 二、了解什么是软件架构 / 222 三、何时以及如何评审 / 228 四、分层开发，尽快运行 / 230 五、非功能需求决定成败 / 231 六、追求代码质量 / 233 七、搭好测试这个安全网 / 234 八、自己掌控开发方向 / 236 九、告别救火队员 / 237 十、每天发版 / 239 十一、版本列车 / 242 十二、论功行赏（绩效评估） / 243 第25章 “硬件”资源 / 246 一、你需要的软件工具 / 246 二、知识——人力资源倍增器 / 250 三、技术部周年财政预算：人力硬件办公设备 / 251 四、环境提升效率：门、家具 / 255 五、公司内部系统 / 256 第26章 专业副手 / 258 一、生旦净末丑缺一不可 / 258 二、被忽视的IT / 259 三、运维=网管？

/ 262 四、人肉美术资源转换器 / 263 五、神或牛一样的测试人员 / 264 六、压力测试 / 265 七、客服 / 267 八、鼓励为自己加班 / 268 第七篇 管理者的三板斧 271 第27章 目标管理 / 272 一、关于管理的误解 / 272 二、管理的本质 / 274 三、基于目标的管理 / 276 第28章 时间管理 / 281 一、阿尔卑斯法时间管理 / 281 二、番茄时间管理 / 284 第29章 沟通技巧 / 286 一、了解沟通对象的性格 / 286 二、了解沟通对象的职业特征 / 290 三、了解你自己 / 295

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>