

<<产品经理的第一本书>>

图书基本信息

书名：<<产品经理的第一本书>>

13位ISBN编号：9787500569398

10位ISBN编号：7500569394

出版时间：2004-1

出版时间：中国财政经济出版社

作者：林达·哥乔斯

页数：247

译者：戴维依

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>

<<产品经理的第一本书>>

内容概要

想要成功执行产品管理吗？

本书是您不可或缺的指南！

产品经理的职责是管理与其产品/服务线有关的大小事务，并整合企业各部门，凝聚焦点以使策略完整一致，在充分掌握市场需求的背景下协调产品上市的过程，使产品达到其最大价值，为企业带来长远的获利。

本书将告诉你，产品经理在策略规划与作业规划过程中所扮演的角色，教你如何评估产品组合，以及如何提案并成功开发新产品，以成为一个全方位的成功产品经理。

无论您是产品经理、品牌经理，还是销售、营销或打造品牌的相关人员，本书都是你的最佳良伴。

只要一书在手，将有效协助您完全剖析产品管理关键领域，提升企业获利率与竞争力。

<<产品经理的第一本书>>

作者简介

琳达·哥乔斯，任教于美国威斯康辛大学麦迪逊分校商学院的管理研究所，为高级经理人营销课程负责人，并曾在威瑞保险、温西·布朗出版社及利尔·西格勒公司等企业从事产品及营销管理工作。现在，她定期为摩托罗拉、米勒集团等企业进行课程讲授。

<<产品经理的第一本书>>

书籍目录

前言 第一篇 产品管理在企业中扮演的角色及其运作 第一章 产品管理新解 第二章 企业如何导入产品管理？

如何管理产品经理？

第三章 产品经理的跨职能角色 第四章 产品经理.com 第二篇 产品经理应具备的规划技巧 第五章 产品营销规划流程 第六章 顾客价值管理 第七章 年度产品计划 第三篇 产品经理应具备的产品技巧 第八章 评估产品组合 第九章 策略性产品规划 第十章 新产品的提案、开发与上市 第十一章 产品管理的财务面 第四篇 产品经理应具备的职能性技巧 第十二章 制定产品及服务价格 第十三章 产品经理的“营销经理”职能 第十四章 产品管理终将走到尽头？

名词解释

<<产品经理的第一本书>>

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>