



سازمان جهاد دانشگاهی صنعتی شریف
مرکز آموزش های تخصصی کاربردی



دوره جامع مدیریت محصول



www.sharif.ac



۰۲۱-۶۷۶۴۱۹۹۹

امروزه مفهوم مدیریت محصول به عنوان یک موضوع چالش برانگیز برای کسب و کارها به حساب می‌آید. بسیاری از شرکت‌ها در طول عمر خود و در چرخه عمر محصول فراز و نشیب‌های بسیاری را تجربه می‌کنند و در نتیجه به عملکرد مدیریت محصول خود توجه بیشتری می‌کنند. در ادامه این مطلب اطلاعات لازم در رابطه با دوره مدیریت محصول را کسب خواهید کرد.

مدیریت محصول یک نقش کلیدی در کسب و کار است و مسئول موفقیت محصول در طول چرخه عمر آن است. مدیر محصول، رابط بین مدیران شرکت و تیم توسعه محصول است و رویکرد آن، همکاری با مدیران ارشد کسب و کار برای شناسایی و مشخص کردن اهداف سازمان و تطبیق آن‌ها با اهداف محصول است. مدیر محصول بر اساس نیازهای مشتری و تجزیه و تحلیل بازار، چشم اندازی منحصر به فرد از محصول ارائه می‌دهد و پس از تدوین استراتژی و نقشه راه تولید محصول نهایی، تیم تولید محصول را تا رسیدن به محصول مورد نیاز مشتری، هدایت می‌کند.

محصول

- تعریف سازمان و استارت‌آپ، سطوح بلوغ سازمان
- بوم ناب کسب و کار
- تعریف محصول و فیچر، اولویت بندی فیچرها، قواعد اضافه کردن و حذف کردن فیچرها
- تعریف چرخه عمر محصول
- فرآیند توسعه محصول (ایده پردازی، تعریف محصول، نمونه سازی محصول، تولید محصول، تجاری سازی و فروش، اندازه گیری و بهبود)
- تاریخچه مدیریت محصول، معرفی نقش مدیر محصول و تیم محصول، وظایف تیم محصول و ساختار واحد محصول، انواع مدیر محصول
- ترندهای آینده شغل مدیریت محصول
- استراتژی محصول
- تعریف شاخص های ارزیابی محصول (KPI ها)

روش شناسی توسعه محصول

- تفکر چابک، خواستگاه تفکر چابک، بیانیه چابک، سازمان چابک، کارمندان چابک، قواعد چابکی
- اسکرام و کانبان (تعریف، پیاده سازی و اجرا، کاربرد هر کدام از چارچوب ها)
- آینده پژوهی در تولید محصول

بازاریابی

- ایده پردازی
- مفاهیم مارکتینگ
- آمیخته بازاریابی/4P
- قیف فروش و مدل AIDA
- طراحی استراتژی بازاریابی بر اساس مشتری
- برنامه بازاریابی
- جایگاه برنامه ریزی در Business Plan
- تحلیل کسب و کار با مدل SOSATAC (تحلیل رقبا/روش های هدف گذاری SMART...)
- اجرای برنامه بازاریابی/Action Plan

- Out bound Marketing: تبلیغات آنلاین
(بنری/کلیکی/ایمیل/ویدئویی/Push/درون اپلیکیشن)
- In bound Marketing: SEO
 - بازاریابی برای موتور های جست و جو
 - آشنایی با صفحه های نتایج گوگل/SERP
 - ترافیک ارگانیک
 - ترافیک لوکال
 - Google Ads
 - مدل بازاریابی/STP
 - سفر مشتری
 - شاخص کلیدی عملکرد(KPI)
 - تحقیقات بازار(روند بازار-اندازه بازار-رشد بازار-سهم بازار)
 - متریک های کسب و کار(CAC-AOV-CTLV-ROI)
 - مدل سفارشات تبلیغات(CPA-CPL-CPC-CMP و همکاری در فروش)
 - آشنایی مقدماتی با ابزار های تحلیلی(-Google Search Console-Google Analytics)
(Google Trends)
 - برنامه ریزی و طراحی کمپین تبلیغاتی(۳۶۰)

طراحی محصول

- مراحل طراحی رابط کاربری و تجربه کاربری
- مسئولیت‌های مدیر محصول در خصوص ارزیابی طراحی
- نحوه تعامل و هم آفرینانی با ذینفعان
- اصول تحلیل نقادانه دیزاین و تجربه کاربر

دیتا و آنالیز

- آشنایی با ادبیات تحلیل داده
- انواع زیرساخت های مورد نیاز برای تحلیل داده (معرفی ابزارها، ذخیره سازی و مصورسازی داده)
- استفاده از داده در راستای پیشبرد استراتژی رشد کسب و کار
- شاخص های ارزیابی انواع کسب و کار
- تحلیل داده در راستای بهبود محصول (AB Test, funnel analysis)
- تحلیل داده های بازاریابی (ادبیات، ابزارها و شاخص ها)
- تحلیل داده های مشتری (RFM, cohort analysis, segmentaion)
- آشنایی با نقش یادگیری ماشین و هوش مصنوعی در کسب و کار



سازمان جهاد دانشگاهی صنعتی شریف
مرکز آموزش های تخصصی کاربردی

مهارت های نرم

- بیان بازخورد
- رهبری، کار تیمی، مهارت، متقاعدسازی
- presentation
- تفکر سیستمی
- مهارت های ارتباطی

۳ ساعت ویدیو آموزشی بعد فنی محصول

یہ پہلے بالآخر از تخصص ...