



جهاد دانشگاهی صنعتی شریف
مرکز آموزش های تخصصی کاربردی

سرفصل های
دوره آموزشی

دوره مدیریت محصول (دوره آموزشی جامع)





جهاد دانشگاهی صنعتی شریف
مرکز آموزش های تخصصی کاربردی

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)



جهاد دانشگاهی صنعتی شریف
مرکز آموزش های تخصصی کاربردی

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

- 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 رقبای/روش های هدف گذاری SMART...)



جهاد دانشگاهی صنعتی شریف
مرکز آموزش های تخصصی کاربردی

▪ 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(CMP-CPC-CPL-CPA و همکاری در فروش)



جهاد دانشگاهی صنعتی شریف
مرکز آموزش های تخصصی کاربردی

- 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
- مسئولیت های 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



جهاد دانشگاهی صنعتی شریف
مرکز آموزش های تخصصی کاربردی

- تحلیل داده در راستای بهبود محصول (funnel analysis, AB Test)
- تحلیل داده های بازاریابی (ادبیات، ابزارها و شاخص ها)
- تحلیل داده های مشتری (segmentation, cohort analysis, RFM)
- آشنایی با نقش یادگیری ماشین و هوش مصنوعی در کسب و کار

مهارت های نرم

- ارتباط موثر
- بیان بازخورد
- رهبری
- presentation