

فهرست مطالب

مقدمه..... ۹

فصل ۱: مقدمه‌ای بر مدیریت محصول ۱۳

۱-۱ مطالعه موردی کوتاه ۱۳

۱-۲ مقدمه ۱۴

۱-۳ طبقه‌بندی محصولات ۱۵

۱-۴ تکامل محصولات ۱۷

۱-۵ مدیر محصول ۱۹

۱-۶ مدیر محصول فناوری/دیجیتال ۲۳

۱-۷ مدیران محصول در مقابل مدیران پروژه ۲۵

۱-۸ مدیران محصول خدمات ۲۶

۱-۹ مهارت‌های کلیدی برای یک مدیر محصول ۲۷

۱-۱۰ چالش‌ها با ساختارهای مدیریت محصول ۲۹

۱-۱۱ سازماندهی برای آینده ۳۰

۱-۱۲ بحث و تبادل نظر درباره مطالعه موردی کوتاه ۳۲

فصل ۲: برنامه‌ریزی بازار و محصول ۳۷

۲-۱ مطالعه موردی کوتاه ۳۷

۲-۲ فرایند برنامه‌ریزی شرکتی ۳۸

۲-۳ برنامه بازاریابی ۳۹

۲-۴ توسعه محصول ۵۵

۲-۵ چارچوب توسعه محصول ۵۷

۲-۶ بحث و تبادل نظر درباره مطالعه موردی کوتاه ۵۸

فصل ۳: بررسی بازار ۶۵

- ۳-۱ مطالعه موردی کوتاه ۶۵
- ۳-۲ ارزیابی محیط کلان ۶۵
- ۳-۳ ارزیابی محیط خرد ۷۳
- ۳-۴ تعریف و ترسیم رقابت ۷۷
- ۳-۵ فناوری‌ها برای ورنانداز بازار ۸۲
- ۳-۶ ایده‌پردازی ۸۴
- ۳-۷ بحث و تبادل نظر درباره مطالعه موردی کوتاه ۸۶

فصل ۴: ارائه محصول و برنامه‌ریزی مالی ۹۱

- ۴-۱ مطالعه موردی کوتاه ۹۱
- ۴-۲ طبقه‌بندی محصولات جدید ۹۲
- ۴-۳ طرح ارزش پیشنهادی مشتری ۹۴
- ۴-۴ بوم مدل کسب‌وکار ۹۶
- ۴-۵ تحلیل مالی محصول ۱۰۱
- ۴-۶ معیارهای مالی ۱۱۶
- ۴-۷ امکان‌سنجی محصول - تصمیم به اجرا یا عدم اجرا ۱۱۷
- ۴-۸ بحث مینی‌کیس ۱۱۷

فصل ۵: برنامه‌ریزی بازار و محصول ۱۲۳

- ۵-۱ مطالعه موردی کوتاه ۱۲۳
- ۵-۲ مقدمه ۱۲۳
- ۵-۳ طراحی در صنایع/محصولات مختلف ۱۲۵
- ۵-۴ چارچوب‌های طراحی محصول ۱۴۰
- ۵-۵ بحث موردکاوی کوتاه ۱۴۳

فصل ۶: توسعه محصول دیجیتال ۱۵۱

- ۶-۱ مطالعه موردی کوتاه ۱۴۹
- ۶-۲ مقدمه ۱۴۹

۶-۳	نقشه راه محصول	۱۵۰
۶-۴	نمونه‌سازی و حداقل محصولات پذیرفتنی (MVPs)	۱۵۸
۶-۵	انتخاب فناوری	۱۶۱
۶-۶	متدولوژی‌های چابک	۱۶۳
۶-۷	آزمون و تضمین کیفیت	۱۶۵
۶-۸	استقرار و اجرا	۱۶۶
۶-۹	مدیریت دوره عمر محصول	۱۶۹
۶-۱۰	بحث و تبادل نظر درباره مطالعه موردی کوتاه	۱۷۱

فصل ۷: استراتژی داده

۷-۱	مطالعه موردی کوتاه	۱۷۷
۷-۲	مقدمه‌ای بر داده‌های تاریک	۱۷۸
۷-۳	داده‌محوری در مدیریت محصول	۱۷۹
۷-۴	عملیاتی کردن داده‌محوری در مدیریت محصول	۱۸۲
۷-۵	منبع‌یابی داده‌ها	۱۸۲
۷-۶	پالایشگاه‌های داده	۱۸۶
۷-۷	یکپارچه‌سازی قابلیت‌های اطلاعات‌محور	۱۹۰
۷-۸	قالب طرح استراتژی داده	۱۹۱
۷-۹	بحث و تبادل نظر درباره مطالعه موردی کوتاه	۱۹۲

فصل ۸: مدیریت زنجیره تأمین و مدیریت تولید

۸-۱	مطالعه موردی کوتاه	۲۰۱
۸-۲	مقدمه	۲۰۲
۸-۳	آناتومی زنجیره تأمین	۲۰۲
۸-۴	عملکرد زنجیره تأمین	۲۰۳
۸-۵	پویایی‌ها و عدم قطعیت‌های زنجیره تأمین	۲۰۵
۸-۶	اتوماسیون	۲۱۰
۸-۷	نوآوری فرایند	۲۱۳
۸-۸	بحث و تبادل نظر درباره مطالعه موردی کوتاه	۲۱۹

فصل ۹: میسر ساختن بازاریابی..... ۲۲۷

- ۹-۱ مطالعه موردی کوتاه ۲۲۵
- ۹-۲ مقدمه ۲۲۶
- ۹-۳ تحلیل بازار ۲۲۶
- ۹-۴ ارزش آفرینی ۲۳۰
- ۹-۵ کسب ارزش ۲۴۱
- ۹-۶ معیارهای بازاریابی ۲۵۲
- ۹-۷ بحث و تبادل نظر درباره مطالعه موردی کوتاه ۲۵۳

فصل ۱۰: ترویج ها ۲۶۱

- ۱۰-۱ مطالعه موردی کوتاه ۲۵۹
- ۱۰-۲ چارچوب ارتباطی (7M) ۲۵۹
- ۱۰-۳ مقدمه‌ای بر بازاریابی دیجیتال ۲۶۳
- ۱۰-۴ کانال‌های دیجیتال ۲۶۴
- ۱۰-۵ تحلیل‌گری بازاریابی دیجیتال ۲۸۱
- ۱۰-۶ سفر مشتری ۲۸۳
- ۱۰-۷ بحث و تبادل نظر درباره مطالعه موردی کوتاه ۲۸۵

فصل ۱۱: توزیع و توانمندسازی فروش ۲۹۳

- ۱۱-۱ مطالعه موردی کوتاه ۲۹۱
- ۱۱-۲ مقدمه ۲۹۱
- ۱۱-۳ فروش‌های غیرمستقیم (کانالی) ۲۹۲
- ۱۱-۴ فروش‌های مستقیم ۲۹۹
- ۱۱-۵ سازمان‌های فروش ۳۰۶
- ۱۱-۶ پر کردن شکاف ۳۰۸
- ۱۱-۷ بحث و تبادل نظر درباره مطالعه موردی کوتاه ۳۱۰

فصل ۱۲: مدیریت رابطه با مشتری ۳۱۷

- ۱۲-۱ مطالعه موردی کوتاه ۳۱۵
- ۱۲-۲ مقدمه ۳۱۵
- ۱۲-۳ روندهای تأثیرگذار بر CRM ۳۱۶
- ۱۲-۴ ارزش مشتری ۳۱۸
- ۱۲-۵ روابط مشتری B2B در مقابل B2C ۳۲۲
- ۱۲-۶ چرخه پشتیبانی از مشتری ۳۲۴
- ۱۲-۷ ایجاد یک واحد پشتیبانی مشتری ۳۳۰
- ۱۲-۸ ایجاد درآمد از واحد پشتیبانی مشتری ۳۳۳
- ۱۲-۹ مدیریت شهرت آنلاین ۳۳۴
- ۱۲-۱۰ ایجاد برنامه‌های وفاداری مؤثر ۳۳۴
- ۱۲-۱۱ بحث و تبادل نظر درباره مطالعه موردی کوتاه ۳۳۶

فصل ۱۳: مدیریت پروژه ۳۴۱

- ۱۳-۱ مدیریت محصول در برابر مدیریت پروژه ۳۳۹
- ۱۳-۲ مدیریت پروژه ۳۴۰
- ۱۳-۳ پروژه‌ها در مقابل برنامه‌ها ۳۵۰
- ۱۳-۴ مدیریت پورتفولیو ۳۵۰
- ۱۳-۵ ابزارهای مدیریت پروژه و برنامه ۳۵۱
- ۱۳-۶ مدیریت پروژه چابک ۳۵۳

فصل ۱۴: مدیریت مسئولانه و پایدار محصول ۳۶۱

- ۱۴-۱ پایداری در مدیریت محصول ۳۵۹
- ۱۴-۲ توسعه محصول مسئولانه ۳۶۲
- ۱۴-۳ ملاحظات برای هوش مصنوعی مسئولانه ۳۶۴
- ۱۴-۴ انجام ارزیابی تأثیرات اخلاقی ۳۶۶

فصل ۱۵: آینده‌نگری با یک هسته دیجیتال ۳۷۱

- ۱۵-۱ مطالعه موردی کوتاه ۳۶۹

- ۱۵-۲ زیرساخت فناوری دیجیتال ۳۷۰
- ۱۵-۳ قابلیت‌های مبتنی بر اطلاعات: یک دیدگاه ۳۷۷
- ۱۵-۴ مسیر دستیابی به ارزش برای محصولات ... ۳۷۷
- ۱۵-۵ عملیاتی‌سازی مسیر دستیابی به ارزش ۳۸۲
- ۱۵-۶ کسب درآمد از قابلیت‌های مبتنی بر اطلاعات: ملاحظات کلیدی ۳۸۶
- ۱۵-۷ الگوی طرح اولیه برای رشد استراتژیک ۳۸۶
- ۱۵-۸ بحث و تبادل نظر درباره مطالعه موردی کوتاه ۳۸۹