

线下培训时间:

NPDP2405 期开班详情		注： 开班时间会根据实际情况进行相应调整。
上海班	3月17日、3月24日、3月31日、4月14日、4月21日	
苏州班	3月23日、3月30日、4月13日、4月20日、4月27日	
无锡班	3月23日、3月30日、4月13日、4月20日、4月27日	
西安班	3月16日、3月17日、4月6日、4月7日、4月27日	
深圳班	3月17日、3月31日、4月13日、4月20日、5月12日	
南京班	3月23日、3月30日、4月13日、4月20日、4月27日	
成都班	3月24日、3月31日、4月14日、4月21日、4月28日	
广州班	3月31日、4月13日、4月21日、4月27日、5月12日	
NPDP2411 期开班详情		
西安班	9月7日、9月8日、10月19日、10月20日、11月2日	

收费标准:

- 线下培训费：7200 元/人
- 考试费：初考：¥3200；重考：¥2200（报考时缴纳给中国国际人才交流基金会）

报考条件:

本科（或同等学历）及以上学历的，需要具有至少 4 年工作经验，其中至少 2 年产品创新专业工作经验；
 大专（或同等学历）及以下学历的，需要具有至少 8 年工作经验，其中至少 5 年产品创新专业工作经验；
 需完成由中国国际人才交流基金会认证培训机构开展的产品管理相关培训，培训学时不少于 40 小时。

考试安排:

- 考试形式：纸笔形式
- 考试语言：中英文对照
- 考试日期：通常每年两次，5 月底或 11 月底的周末（具体时间以通知为准）
- 考试时间：3.5 小时，9:00-12:30
- 试题组成：共 200 道题
- 题型：单选题
- 考试地点：深圳、北京、上海、成都、广州、杭州、南京、天津、青岛、苏州、大连、昆明、西安、



东莞、沈阳、长沙、无锡、武汉、合肥、长春、济南、重庆、厦门、宁波、哈尔滨、郑州、昆山、福州、石家庄、常州、珠海、南宁。

- 指定教材：《产品经理认证（NPDP）知识体系指南》第2版
- 成绩判定：成绩单显示具体分数，答对150道题即通过考试

NPDP 证书价值体现：

- 对于个人
 - ◇ 掌握新产品开发的理论、工具和方法
 - ◇ 提升工作表现和绩效
 - ◇ 大幅度增加个人职业提升和自我实现的机会
 - ◇ 作为社会紧缺的国际化创新人才，越来越多地被职业猎头所关注，有广阔的职业发展前景
 - ◇ 独特性：我们是新产品创新领域的国际职业证书。
- 对于管理者
 - ◇ 提升指定产品创新战略的能力；
 - ◇ 识别并有效培养、管理和激励创新人才。
- 对于组织
 - ◇ 制定适宜的新产品开发流程；
 - ◇ 采用正确的方式，培养企业的人员开展创新工作；
 - ◇ 组织高效专业的创新团队；
 - ◇ 企业创新环境营造，创新文化的建设和完善
 - ◇ 合理设置部门职能，提倡合作创新，从而提升企业的创新成功率。

课程介绍：

美国产品和开发管理协会(简称 PDMA) 成立于 1976 年，是全球唯一一家专注于产品整个生命周期中管理和创新知识体系建设的组织，是全球范围内产品开发与管理专业人士最杰出的倡导者；协助个人、企业或组织提升其产品开发与管理的能力与成效。通过新产品开发和管理方面的专业发展、信息共享、合作和推广，在产品创新领域具有很大影响力！

NPDP 全称是 New Product Development Professional,产品经理国际资格认证，由美国产品开发与管理协

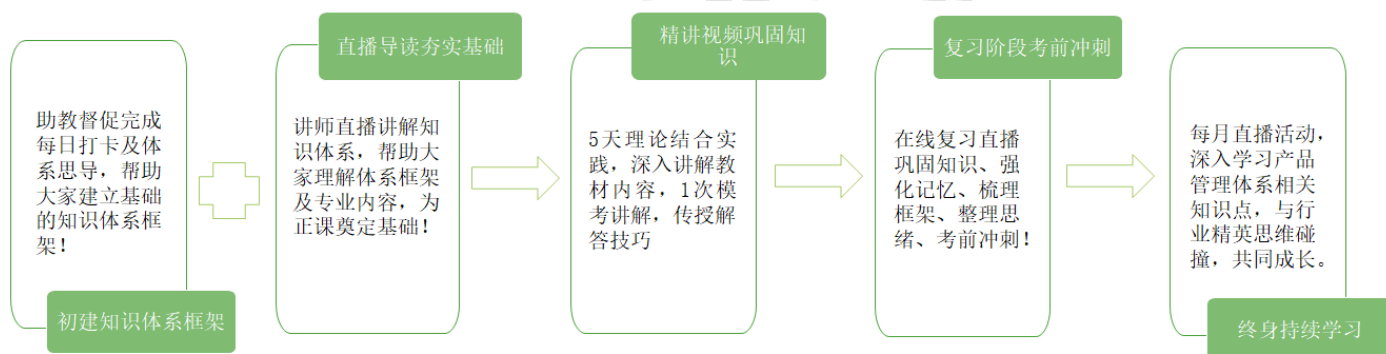


会发起 (www.pdma.org)，是国际创新界公认的新产品开发专业认证。该知识体系集创新理论、工具、方法与实践为一体，能够为企业开展创新实践提供良好的方法支撑。

参训对象：

- 1、希望系统学习国际化新产品开发管理最新知识和管理理念的专业人士；
- 2、企业 CEO、总裁或其他参与创新产品开发的中高层管理人员，如产品副总裁、产品总监、新产品开发负责人；
- 3、研发团队经理、产品经理、项目经理、营销经理、技术工程师、设计师、市场研究人员等；
- 4、其他有兴趣成为产品经理者或立志成为产品管理的相关人员；
- 5、已获得 PMP 证书需要进一步提高的项目经理。

NPDP 学习模式：



课程大纲：

- 1.战略：战略是组织生存和发展的核心，为组织所有职能和活动奠定了基础，并提供了总体指导思想。本章介绍组织中的各层级战略，重点介绍创新战略，并提供分析和制定创新战略的总体方法，将其用于指导整个组织的实践。
- 2.组合管理：组合管理确保所有产品创新项目与战略及资源可用性保持一致。本章进一步厘清了产品创新组合与总体经营战略之间的关系；介绍了项目组合中的项目类型，以及选择项目并实现平衡组合的常用标准和方法；重点介绍了组合管理实践中遇到的一些问题，并提供了解决这些问题的方法。
- 3.产品创新流程：在组织中应用结构化和规范化流程是产品创新的成功关键因素。本章介绍了一些常用于产



品创新的系统化流程，概要介绍了每种流程并总结了每种流程的优缺点，并对如何选择最适合组织和产品具体情况的流程或流程组合提出了建议。

4.产品设计与开发工具：在产品设计与开发的不同阶段，如创意生成、概念设计、实体化设计和详细设计等阶段，都会用到一些特定工具和方法。在每个阶段应用特定工具，可以减少不确定性和模糊性，并确保满足客户需求和设计技术规格。本章介绍了一些常用工具，以及如何将它们应用在产品流程各个阶段。

5.产品创新中的市场调研：对产品创新管理各个层面的大量决策而言，市场调研至关重要。本章介绍了一系列市场调研工具和每种工具的优缺点，以及在整个创新流程中如何运用这些工具制定具体的创新管理决策。

6.文化、团队与领导力：虽然战略、流程和工具对产品创新的成功而言至关重要，但归根结底，最重要的还是人。本章主要内容包括：创建良好创新文化的重要性；管理层的角色和责任；高绩效团队、团队发展和团队领导力，以及在具体情境下应采用何种团队结构。

7.产品创新管理：前6章涵盖了产品创新的大部分内容，本章将产品创新延展到产品上市后的生命周期，并介绍产品管理成功所需的战略、工具和度量指标。

