

论电子商务专业学生互联网产品 经理岗位的培养

邱碧珍

(厦门大学 嘉庚管理学院 电子商务系 福建 厦门 361000)

摘要: 随着中国互联网络基础设施建设的逐步完善,网民的规模出现爆炸式的增长。互联网催生了大批网站和互联网公司,互联网行业的迅猛发展使得互联网产品经理的岗位需求量旺盛。本文通过分析互联网产品以及企业对互联网产品经理的规格需求,为有志毕业后从事互联网产品经理岗位电子商务专业学生在校期间如何进行职业生涯规划、课程的学习及技能的培养提出建议。

关键词: 互联网产品经理;规格需求;电子商务专业;职业生涯规划;课程

中图分类号: G40 **文献标识码:** A **文章编号:** 1674-5884(2013)07-0062-03

根据 CNNIC 发布的第 31 次中国互联网络发展状况统计报告显示,截至 2012 年 12 月底,我国网民规模达 5.64 亿,全年共计新增网民 5090 万人,互联网普及率为 42.1%,我国网站总数为 268 万个,较去年同期增长 16.8%。网民规模保持增长的同时互联网用户网上浏览时间更长,使用互联网的用途亦渐趋深入。我们预期,随着移动互联网及无线装置进一步发展,用户上网的时间将继续增加。

网上业务的前景乐观,电子商贸业务增长强劲。截至 2012 年 12 月,我国网络购物用户规模达到 2.42 亿,网络购物使用率达 42.9%。与 2011 年相比,网购用户增长 4807 万人,增长率为 24.8%。

与此同时,互联网企业业绩加速增长。据 China Venture 投中集团数据显示,2011 年二季度中国互联网上市公司收入同比增长 38.7%,高于 2010 年,显示出互联网行业营收规模加速增长的态势。

由于互联网的迅猛发展,在互联网领域创收、创业和从业的人越来越多,从事产品经理岗位的人也越来越多,其中不乏很多刚毕业的大学生,也有不少在校的电子商务专业学生对产品经理岗位表现出浓厚的兴趣,但是该怎么进行相关的职业生涯的规划却困扰着他们。本文首先分析互联网产品的概念、特点,接着分析互联网产品经理的职责和典型工作任务,然后在这些分析之上对在电子商务专业学生提供职业生涯规划的建议。

一 互联网产品

要想成为互联网产品经理,首先要理解互联网产品的概念及相关特点。

互联网产品从传统意义上的“产品”延伸而来,是在互联网领域中产出而用于经营的商品,是满足互联网用户需求 and 欲望的无形载体。简单来说,互联网产品就是指网站为满足用户需求而创建的用于运营的功能及服务,它是网站功能与服务的集成。例如新浪的“微博”,腾讯的“QQ”,网易的“邮件”等都是互联网产品。在奇虎董事长周鸿祎看来,互联网产品有几个容易被忽视的特点:第一,互联网产品要有一个灵魂,要能打动用户的心。如中国互联网用户上 SNS 实际是以开心、娱乐为主旨,那么 SNS 就要简单、容易上手、带有好玩的游戏。第二,互联网产品需要不断运营、持续打磨。互联网产品的本质是服务,就是通过某种形式的桥梁和窗口把服务传递给用户,由于用户的需求不断在变,产品就要随时调整。如 Google 所有的产品,每过一段时间都会有小的变动,这是做互联网产品的思路。第三,在产品方向上,要先找到一个点做到极致,突出鲜明的卖点。

二 互联网产品经理岗位典型工作任务分析

互联网的诞生催生了大批网站和互联网公司,互联网

收稿日期:2013-02-11

作者简介:邱碧珍(1976-),女,福建古田人,讲师,硕士,主要从事电子商务、网络营销和管理信息系统的研究。

行业的迅猛发展使得互联网产品经理的岗位需求量旺盛。据报道,截止2010年9月,我国互联网产品经理的从业人员有3万人,而市场的需求达到了30~50万个。互联网产品经理和技术人才一样的吃香,而从大公司里出来的互联网产品经理更是受到争抢,不管是SNS、微博、社交游戏、电子商务,还是移动互联网,对互联网产品经理的需求量都非常巨大。素有互联网产品经理黄埔军校之称的腾讯,每一年都涌入一批优秀名校毕业生抛弃大学专业而进入这个崭新的行业获得新生。

互联网产品经理 IPM (Internet Product Manager) 是互联网公司中的一种职能,负责互联网产品的计划和推广,以及推动互联网产品生命周期的演化,需要在设计、开发及运营和营销三个阶段都做好。按照产品阶段可以将互联网产品经理职责分为四大内容:一是市场调研和用户研究。为了能够设计出一个有灵魂,能打动用户的产品,在设计产品之前互联网产品经理需要进行详细的市场调研以及用户研究,了解用户的需求,想要的东西;二是产品规划和设计。在市场调研和用户研究之后,对产品进行规划、需求管理、版本管理、产品设计;三是项目管理。互联网产品经理是一个岗位名称,互联网虽名为经理,但是在行政职责上并没有行政权力。互联网产品经理在进行项目管理时需要在多个部门和多个角色之间进行协调,包括从调研、产品的设计到最后产品的成型、运营,都涉及到各种资源的协调、部门之间的沟通,因此沟通能力对产品经理非常重要;四是产品运营和市场推广。互联网产品的推广,从本质上说与传统行业如快速消费品行业的产品推广、品牌推广并无不同,都是通过整合资源获得目标消费者(用户),但是在具体操作过程中,因为互联网行业的行业特性以及所处的中国特色的产业环境,互联网产品的推广有着自身的特点。

为了进一步了解社会和企业对互联网产品经理的岗位职责要求,我们对典型的人才网和部分企业进行了调研分析,得出如下结论:

1. 互联网产品经理在互联网公司中处于核心位置,需要非常强的沟通能力,协调能力,市场洞察力和商业敏感度,不但要了解消费者,了解市场,还要能跟各种风格迥异的团队,如开发团队及销售团队进行默契的配合。

2. 互联网产品经理的核心工作内容基本包含以下几个方面:

1) 市场需求分析:明确市场状况、竞争对手分析、市场定位、目标客户分析、需求定位、产品定位、商业模式的确定;

2) 产品需求分析:产品规划、产品框架设计、功能体系设计、产品原型设计、商业规则设计;

3) 产品规划和策划:不断优化产品,提升产品质量,提升用户质量,提高用户活跃度;

4) 产品需求管理:需求收集、需求变更、产品升级管理;

5) 跨部门协调和沟通:推动 UI、开发、测试、运营、市场

部等人员紧密合作达成产品目标;

6) 产品营销管理:产品价格策略、促销策略、渠道策略、销售政策制定、产品白皮书制定、产品营收分析;

7) 产品运营管理,主要包括如下几个方面:

a) 内容建设:内容编辑、信息安全管理;

b) 流量运营:网络营销;

c) 用户运营:用户行为分析和交互引导;

8) 不断优化产品,提升产品质量,提高用户活跃度。

三 电子商务专业学生在校期间如何为成为互联网产品经理做准备

互联网行业作为一个新兴的行业,充满机会、诱惑和魅力,其产品也深深地吸引着很多大学生,也有相当多的大学生想进入互联网行业当产品经理。有志成为互联网产品经理的电子商务专业学生在大学求学期间就应尽早为自己的职业生涯进行规划,为成为成功的互联网产品经理做好准备。在传统的电子商务专业人才培养中,通常以培养会运用计算机技术、网络技术、通信技术三大手段进行商务活动的人才为目标,而服务互联网产品领域的人才除了需要具备传统电子商务人才的知识、能力、素质结构外,还应具备互联网产品和网络经济发展的相关知识,具备从事互联网产品经理岗位职业要求的能力和素质。基于前文对互联网产品经理岗位职责的分析,本文对有志于毕业后选择互联网产品经理作为就业方向的大学生在提出如下建议:

1. 具备一颗热爱互联网的心,培养积极向上的态度。

这是成为优秀的互联网产品经理的首要条件。只有培养对这个行业的兴趣,才有可能热爱这个行业,进而构思并“生产”出好的满足市场需求的产品。曾经在雅虎工作过的产品经理傅胜认为产品经理应该具备积极向上、平和的态度和良好的沟通能力,并关注细节。

2. 持续不断地关注互联网行业信息,多使用互联网产品。

互联网行业发展迅速,产品更新换代快,只有持续不断地关注行业信息,才能了解行业现状和动向和互联网行业的发展趋势。多注重细节,多使用不同的互联网产品,尤其多用新出现的互联网产品,了解这些产品的特点和不足之处,提出自己的见解。

3. 创造进入互联网公司实习、实践的机会

俗话说,实践出真知。通过实习实践,将理论知识应用到实践中,而实践又反过来进一步促进对理论知识的理解,理论和实践相辅相成,缺一不可。很多互联网公司需要实习生,在公司网站和人才网站上时常可见互联网公司发布的实习生招聘信息,在校大学生可利用假期和毕业实习时间进入企业实习。

4. 有意识地培养自己抗压能力

产品经理岗位责任重大,压力大,需要具备抗压、解压的知识和能力。

5. 专业知识的修读

前面提到的四点建议更多的是基于从事互联网产品

经理岗位需要具备的软性素质要求而提出,而要想成为产品经理,硬件素质也就是专业知识必不可少。基于上述对互联网产品经理的核心工作内容的分析和分解,有志于将互联网产品经理作为未来就业岗位的在校电子商务专业学生,至少要修读的专业课程(知识)见下述表一中的对应学习领域(课程)一栏,具体课程包括:品牌管理、市场营销学原理、消费者行为学、互联网产品设计与管理、项目管理、商务沟通与人际关系、冲突管理、时间管理、网络营销、电子商务服务、运营管理、客户关系管理,这些课程是为完成互联网产品经理所涉及到的核心工作必须具备的知识和执业能力。

对互联网产品经理岗位涉及的工作任务进行分解归类,并将这些典型工作转换成学习领域的相应课程,具体见下表1。

表1 互联网产品经理岗位典型任务与对应课程

序号	典型工作任务	对应学习领域(课程)
1	市场需求分析	市场营销学、市场调研、消费者行为学
2	产品需求分析	品牌管理、市场营销学、消费者行为学
3	产品规划和策划	品牌管理、市场营销学、消费者行为学、互联网产品设计与管理
4	产品需求管理	项目管理、商务沟通与人际关系、冲突管理、时间管理
5	跨部门协调和沟通	市场营销学、网络营销
6	产品营销管理	运营管理、客户关系管理、电子商务服务
7	产品运营管理	

四 对以培养互联网产品经理为目标导向的电子商务专业课程体系的建议

基于上述对互联网产品经理的岗位职责及典型工作任务的分析,我们建议以培养互联网产品经理为目标导向的电子商务专业课程体系应由以下三部分组成:

1. 基本技能课程

主要包括教育主管部门规定的、任何一个专业都必须开设的基础课程,包括大学英语、英语听说、军训、马克思主义基本原理、思想道德修养与法律基础、毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论、微积分、体育、大学生职业发展与就业指导等。

2. 职业技能课程

这类课程是电子商务专业培养互联网产品经理的基础课程,是学生学习核心能力课程的前提课程,也是经济管理类专业基本都要开设的基础性课程。这类课程包括电子商务入门、管理学原理、会计学原理、商务沟通与人际关系、冲突管理、时间管理等。

3. 学科专业教育课程

这类课程是培养互联网产品经理的核心技术和能力的课程,包括互联网产品设计与管理、项目管理、运营管理、客户关系管理、电子商务服务、市场营销学、网络营销、品牌管理、消费者行为学等。

4. 强化实践教学环节

实践活动、实习实训和社会实践活动是专业教学的延伸,是检验学生独立创新能力和实践能力的平台。学校要注重实践教学内容更新,支持学生参与和开展学术研究,扩展学生知识视野,增强团队协作精神,培养科学思维方法,提高实践能力。

参考文献:

- [1] 中国互联网络信息中心. 第31次中国互联网络发展状况统计报告[EB/OL]. http://www.cninic.cn/xw/kydt/201301/t20130117_3751850.html 2013-01-16.
- [2] 中国互联网络信息中心. 2011年中国中小企业电子商务[EB/OL]. http://www.cnnic.cn/hlwfzyj/hlwfzxx/qwfb/201206/t20120614_31113.htm 2012-06-14.
- [3] 张惠娜,傅一凡. 互联网产品经理特质要求探究[J]. 中国集体经济, 2012(7): 150.
- [4] 周鸿祎. 产品经理心中的“大我”和“小我”[J]. IT时代周刊, 2011(5): 1.
- [5] 百度百科. 互联网产品[EB/OL]. <http://baike.baidu.com/view/3434968.htm> 2013-03-21.
- [6] 龙振威. 互联网产品推广五大思考[J]. 程序员, 2009(10): 1-3.
- [7] 证券时报网. 中国互联网行业前景属乐观[EB/OL]. <http://www.gf.com.cn/cms/newsContent.jsp?docId=487471> 2010-08-06.
- [8] 中国证券报. 互联网企业业绩加速 移动互联网凸显价值[EB/OL]. <http://finance.ifeng.com/stock/hybg/20110917/4608067.shtml> 2011-09-17.

(责任编辑 朱正余)