
Spis treści

Przedmowa	5
Podziękowania	11
I ROLA I ZADANIA MENEDŻERA PRODUKTU	13
1. Nowe zarządzanie produktem	17
2. Wprowadzenie do zarządzania produktem i zarządzanie menedżerami produktu	31
3. Złożoność roli menedżera produktu	45
4. Menedżer produktu.com	69
II UMIEJĘTNOŚCI PLANISTYCZNE MENEDŻERA PRODUKTU	85
5. Proces planowania marketingu produktu	89
6. Zarządzanie wartością klienta	109
7. Roczny plan produktu	123
III UMIEJĘTNOŚCI NIEZBĘDNE DO ZARZĄDZANIA PRODUKTEM	153
8. Ocena portfela produktów	157
9. Planowanie strategiczne dotyczące produktu	169
10. Nowe produkty — koncepcje, rozwój oraz wprowadzenie na rynek	181
11. Zarządzanie produktem — aspekt finansowy	223
IV UMIEJĘTNOŚCI FUNKCJONALNE	233
12. Ustalanie cen produktów i usług	237
13. Menedżer produktu jako menedżer odpowiedzialny za marketing	255
14. Zarządzanie produktem — forma najdoskonalsza?	275
A Przykłady opisów stanowisk	293
Bibliografia	309
Słowniczek kluczowych pojęć	315
Skorowidz	321