

<<新产品开发流程管理>>

图书基本信息

书名：<<新产品开发流程管理>>

13位ISBN编号：97871111109952

10位ISBN编号：7111109953

出版时间：1900-01-01

出版时间：机械工业出版社

作者：罗伯特·G·库伯

页数：442

字数：29

译者：刘崇献

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：<http://www.tushu007.com>

<<新产品开发流程管理>>

内容概要

十多年来,《新产品开发流程管理》成了各个地方新产品开发者的圣经。

在这个全面更新的扩充的版本中,罗伯特·库柏用令人信服的证据,阐明了协调一致的产品开发为什么对公司的成长至关重要,如何最大限度地提高成功的概率。

本书引用了作者大多数的最新的研究成果,并且突出展示了诸如3M、艾克森化工、Guinness等行业领导性公司的创新性做法,提供了一套取得产品领先位置的行动计划。

库柏描绘了在从构思产生到产品投放市场每一个步骤中,进行明智的商业决策的具体战略,包括:做出重大的“采纳”与“淘汰”决策;让消费者参与开发前的发现阶段;评估你的项目组合;倾听并采纳消费者的意见;制定市场营销计划;加快产品投放市场的速度。

<<新产品开发流程管理>>

作者简介

罗伯特·G·库柏是加拿大McMaster大学的Michael G.DeGroot商学院的营销学教授，宾夕法尼亚州州立大学Smeal工商管理学院著名的ISBM研究人员。

他是被广泛采用的门径管理产品开发流程的创始人，著有多本关于新产品开发的著作，1999年当选为“产品开发管理协会”的会员。

他居

<<新产品开发流程管理>>

书籍目录

译者序

前言

第1章 成功就是一切

第2章 新产品：问题及缺陷

第3章 成功者何以脱颖而出

第4章 成功的经验：关键的成功因素

第5章 新产品流程：门径管理开发计划

第6章 寻求突破性的新产品构思

第7章 早期活动：从构思到产品开发

第8章 挑选成功者：有效的入口和组合化管理

第9章 开发、测试和修正

第10章 最后一步——投放市场

第11章 在你的公司中实施门径管理新产品流程

第12章 适用于你公司的产品创新和技术战略

附录A ProBE测量工具

附录B 新产品模型

注释

<<新产品开发流程管理>>

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:<http://www.tushu007.com>