

<<新产品开发管理>>

图书基本信息

书名：<<新产品开发管理>>

13位ISBN编号：9787502559632

10位ISBN编号：7502559639

出版时间：2004-8

出版时间：化学工业出版社

作者：梅强

页数：147

字数：160000

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>

## <<新产品开发管理>>

### 内容概要

本书阐述了新产品开发的程序和方法，对新产品开发的每个环节中存在的问题进行剖析，并提出相应对策。

指明任何企业只要依靠科学的程序和方法，正确决策，都可以成功开发新产品，并凭借新产品获得市场竞争优势，扩大市场占有率，把企业做强做大。

本书可供企业中的管理人员、市场营销人员、新产品研发人员参考或作为培训用书，也可供相关专业大专院校师生参考。

## &lt;&lt;新产品开发管理&gt;&gt;

## 书籍目录

第一章 新产品开发导论 第一节 产品与新产品 一、产品的概念 二、新产品的概念 第二节 新产品分类 一、按照新产品具备新质的程度分类 二、按照新产品的所在地域范围分类 三、以应用范围来分类 第三节 新产品开发概述 一、新产品开发的定义及意义 二、新产品开发的风险 三、新产品开发的方向 四、新产品开发程序 思考题 案例 我国新产品开发现状与分析 案例思考 第二章 新产品开发战略 第一节 新产品开发战略的概念和特征 一、新产品开发战略的概念 二、新产品开发战略的特征 第二节 新产品开发的作用 一、新产品战略的一般作用 二、新产品战略的特殊作用 第三节 新产品战略的内容 一、新产品的战略竞争域 二、新产品开发的战略目标 三、实现目标的战略规划与措施 四、新产品战略模式 思考题 案例 依靠新产品开发战略制胜的夏新公司 案例思考 第三章 新产品开发组织 第一节 新产品开发组织的特点 一、新产品开发组织与传统程序化组织的差异 二、新产品开发组织设计的特点 第二节 新产品开发的组织决策 一、管理层次决策 二、职能决策 三、组织结构形式决策 四、人才构成的决策 五、边界问题决策 第三节 新产品开发的具体组织形式 一、组织结构形式及其特点 二、新产品开发的具体组织形式 思考题 案例 北汽福田产品开发特色 案例思考 第四章 新产品构思 一、构思的产生 二、影响构思的因素 第二节 新产品构思的来源 一、企业内部 二、企业外部 第三节 新产品构思的方法 一、属性分析法 二、需求分析法 三、关联分析法 四、群体创造力 思考题 案例 解读海尔集团的新产品构思 案例思考 第五章 新产品评价系统 第一节 新产品评价的目的 一、剔除亏损的产品 二、找出有潜在市场的、赢利大的产品 三、提高整个产品创新工作的效率 四、指导后续工作 五、维持新产品开发活动的平衡 第二节 新产品评价的问题和困难 一、要素的不可 三、外部因素的影响 四、资料过时问题 五、新技术的复杂性 第三节 新产品预选活动 一、初步的市场分析 二、初步的概念测试和开发 第四节 新产品筛选活动 一、筛选的目的 二、筛选的评价模型 三、两种适用的评价模型 第五节 样品测试 一、样品构思测试 二、研究目的 第六节 使用测试 一、产品使用测试的目的 二、产品使用测试的相关决策 第七节 新产品试销 一、新产品试销的目的 二、试销工作的主要程序 思考题 案例 短命的新可乐 案例思考 第六章 新产品开发的商业化 第一节 新产品开发中市场研究的关键问题 第二节 购买新产品顾客的行为分析 一、新产品购买者的形成阶段 二、新产品购买者的分类 三、新产品采用者的基本特征 第三节 新产品的目标市场及市场定位 一、市场细分的原则 二、目标市场选择 三、新产品的市场定位 第四节 新产品开发中的名牌意识和服务意识 一、新产品开发中的名牌意识 二、现在新产品开发中的服务意识 第五节 新产品价格策略 一、可供选择的五种新产品价格策略 二、新产品定价中应注意的问题 第六节 新产品的分销策略 一、分销商在经营新产品中的类型 二、分销渠道的选择 三、如何赢得初次分销 第七节 新产品的促销 一、新产品促销的目的 二、促销的传播学基础 三、新产品的人员推销技巧 四、新产品广告与营业推广 五、公共关系 思考题 案例 美极面“饮憾”羊城 案例思考 第七章 提高企业新产品开发效率的策略选择 第一节 更新竞争观念和依靠技术创新 一、竞争的绝对性和现实性 二、更新观念，将技术创新作为竞争的主要力量 第二节 改革分配制度，新产品开发中有“版权” 一、树立知识经济意识 二、实行新产品、新工艺技术利润增值分配制度 第三节 坚持“合理投资”的指导思想，重新理解企业规模的内涵 一、提高新产品开发可行性研究水平 二、正确认识规模经济，坚持“合理投资”的指导思想 三、正确认识企业规模的内涵 第四节 培养高层次人才和增强人才的向心力 一、企业要培养和引进能承担重大科技攻关任务的学术带头人 二、认真研究增强工业企业专业技术人才向心力的措施 思考题 案例 世界著名公司激励创新的经验 案例思考 参考文献

<<新产品开发管理>>

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>