

<<新产品管理>>

图书基本信息

书名：<<新产品管理>>

13位ISBN编号：9787565407062

10位ISBN编号：7565407062

出版时间：2012-5

出版时间：东北财经大学出版社

作者：（美）默尔 克劳福德

页数：389

字数：558000

译者：王彬,徐瑾,翟琳阳

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>

<<新产品管理>>

内容概要

《新产品管理(第9版)》以新产品开发的业务过程为主线,将营销学的理论和方法、工具应用于新产品的构思提出、概念筛选、产品开发、市场导入等各阶段的活动。

为企业新产品开发需要整合哪些业务活动,哪些方法和工具可以支持这样的整合等实践中经常遇到的问题提出了系统的整合思路 and 有效方法。

《新产品管理(第9版)》是国际公认的产品研发与营销整合的经典教材,也是新产品管理领域中论述营销角色与新产品开发的权威著作。

本书由默尔·克劳福德、安东尼·迪·贝尼迪托著。

作者简介

Merle

Crawford, 美国密歇根大学教授, 《产品创新管理》杂志的文摘编辑, 他在本书中详细讨论了新产品从构思产生到商业化的整个过程, 强调合理的战略与严密的评价程序是产品创新的可靠保证, 提出了新产品概念检验、预评价、评价、样品测试、产品试用、市场分析、财务分析、市场投放准备、总评价与反思的评价体系。

Anthony Di

Benedetto, 天普大学营销学教授, 因其杰出的研究和教育经历, 获得天普大学多项教学大奖。同时, 他也被国际技术管理协会授予“世界创新与技术50人”, 在顶级刊物上发表一百多篇文章。

<<新产品管理>>

书籍目录

第一篇 机会的识别与选择

第1章 导论

- 1.1 引言
- 1.2 为什么这是值得研究的重要领域?
- 1.3 作为学生, 应该注意哪些特别的问题?
- 1.4 什么是新产品? 新产品如何获得成功?
- 1.5 什么是新服务、商务产品与全球化产品?
- 1.6 此领域是由什么基本想法或概念所组成的?
- 1.7 大多数真正的创新不是来自小公司与发明家吗?
- 1.8 新产品管理是一门艺术还是一门科学?
- 1.9 这个领域有专有词汇吗?
- 1.10 新产品的领域提供就业机会吗?
- 1.11 本书做了哪些工作?
- 1.12 这些工作真的有用吗?
- 1.13 本章小结
- 1.14 应用实践

第2章 新产品过程

- 2.1 引言
- 2.2 荧光笔的故事
- 2.3 基本的新产品过程
- 2.4 概念生命周期
- 2.5 加速产品的市场导入
- 2.6 什么是新服务?
- 2.7 什么是新问世的产品?
- 2.8 对新产品过程的最后思考
- 2.9 本章小结
- 2.10 应用实践
- 2.11 案例: Tastykake Seables
- 2.12 案例: The Lvgcor心脏泵

第3章 机会的识别及选择: 新产品的战略规划

- 3.1 引言
- 3.2 为什么需要战略规划
- 3.3 “公司中的公司”战略
- 3.4 新产品战略的投入
- 3.5 产品创新章程
- 3.6 如何准备产品创新章程
- 3.7 新产品的战略匹配
- 3.8 本章小结
- 3.9 应用实践

- 3.10 案例: Kellogg的新产品战略
- 3.11 案例: Microsoft Windows 95

第二篇 概念的提出

第4章 概念产生的准备和可行方法

- 4.1 引言
- 4.2 概念产生的准备

<<新产品管理>>

4.3 概念

4.4 两个基本的途径

4.5 收集已经存在的概念

4.6 本章小结

4.7 应用实践

4.8 案例：玩具产业的概念产生

第5章 基于问题的构思：寻找和解决顾客的问题

5.1 引言

5.2 内部概念构思的完整体系

5.3 收集问题

.....

第6章 属性分析法：导论与感知图

第7章 属性分析法：综合分析与定性分析方法

第 篇 概念/项目评估

第8章 概念评估系统

第9章 概念测试

第10章 全面性筛选

第11章 销售预测与财务分析

第12章 产品协议

第 篇 开发

第13章 设计

第14章 开发团队的管理

第15章 产品使用测试

第 篇 市场导入

第16章 市场导入战略规划

第17章 市场导入战略规划的执行

第18章 市场测试

第19章 市场导入管理

第20章 公共政策问题

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>