

<<新产品开发>>

图书基本信息

书名：<<新产品开发>>

13位ISBN编号：9787800010026

10位ISBN编号：7800010023

出版时间：1987-06

出版时间：企业管理出版社

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>>

书籍目录

目录

第一部分 新产品开发总论

第一讲 新产品开发与市场营销

- 一、市场营销概念
- 二、新产品开发对企业的意义
- 三、新产品开发的风险
- 四、新产品开发的环境因素

第二讲 产品和新产品

- 一、什么是产品
- 二、产品分类
- 三、什么是新产品
- 四、新产品分类

第三讲 产品生命周期

- 一、概述
- 二、产品生命周期各阶段的特点
- 三、产品生命周期与盈利能力
- 四、产品生命周期理论的应用
- 五、产品生命周期的异变

第四讲 产品组合与产品线

- 一、产品组合的基本概念
- 二、产品组合的典型方式
- 三、产品组合的分析方法
- 四、产品组合的扩大和延伸

第五讲 新产品开发策略

- 一、概述
- 二、新产品开发策略的类型
- 三、影响新产品开发策略关键问题的分析
- 四、改进现有产品的途径

第六讲 新产品开发组织

- 一、新产品组织管理的主要因素
- 二、新产品开发的典型组织形式
- 三、新产品组织管理问题的诊断

第二部分, 新产品开发程序

第七讲 新产品的开发过程

- 一、消费性新产品的开发过程
- 二、工业性新产品开发过程
- 三、新产品开发的步骤和责任关系
- 四、新产品开发过程的典型模式
- 五、开发过程的总体评价

第八讲 新产品概念开发

- 一、新产品设想的形成
- 二、新产品设想的筛选
- 三、经营效益分析

第九讲 新产品样品开发

- 一、影响新产品设计决策的因素

<<新产品开发>>

- 二、新产品实体特征
- 三、新产品的包装
- 四、新产品的品牌
- 五、新产品伴随服务
- 六、新产品试制与试验
- 第十讲 新产品的商品开发
 - 一、新产品商品开发阶段的任务
 - 二、新产品市场试销
 - 三、新产品的商品化
- 第三部分 新产品市场调研
- 第十一讲 新产品消费行为研究
 - 一、概述
 - 二、影响消费者行为的个人因素
 - 三、影响消费者行为的社会文化因素
 - 四、消费者对新产品购买的决策过程
- 第十二讲 新产品市场调研
 - 一、什么是市场调研
 - 二、市场营销信息系统
 - 三、调研计划
 - 四、收集市场信息
 - 五、调查技术
 - 六、资料的分析研究
- 第十三讲 新产品销售预测
 - 一、新产品销售预测的特点
 - 二、影响新产品销售预测的因素
 - 三、预测方法
 - 四、预测中的几个主要问题
- 新产品开发案例
 - 一、加拿大兰波布食品公司
 - 兰波布咖啡
 - 二、美国吉利特公司
 - 兰吉利刀片
 - 三、加拿大巴塔科工业有限公司
 - 革新者I号车座椅
 - 四、瑞士奥桑叶塞士手表公司
 - 斯万奇牌手表

<<新产品开发>>

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>