

新产品开发



[新产品开发_下载链接1](#)

著者:

出版者:企业管理出版社

出版时间:1987-06

装帧:平装

isbn:9787800010026

作者介绍:

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

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
一一兰波布咖啡
二、美国吉利特公司
一一兰吉利刀片
三、加拿大巴塔科工业有限公司
一一革新者I号车座椅
四、瑞士奥桑叶塞士手表公司
一一斯万奇牌手表
· · · · · (收起)

[新产品开发_下载链接1](#)

标签

评论

[新产品开发_下载链接1](#)

书评

[新产品开发_下载链接1](#)