

《中国工业企业新产品开发》

图书基本信息

书名：《中国工业企业新产品开发》

13位ISBN编号：9787800019364

10位ISBN编号：7800019365

出版时间：1997-12

出版社：企业管理出版社

作者：梅强

页数：191

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介以及在线试读，请支持正版图书。

更多资源请访问：www.tushu000.com

书籍目录

目录

第1章 新产品开发总论

- 1.1 产品与新产品
- 1.2 指导新产品开发的理论
- 1.3 新产品开发概念

第2章 新产品开发现状与分析

- 2.1 企业新产品开发现状
- 2.2 我国企业在新产品开发工作中存在的主要问题

第3章 新产品开发方式

- 3.1 自主开发方式
- 3.2 非自主开发方式
- 3.3 自主与非自主开发方式相结合，不断增强企业自主开发能力

第4章 提高新产品开发成功率的方法

- 4.1 新产品开发调查的问卷设计方法
- 4.2 创意方法
- 4.3 产品生命周期模糊综合评判法

第5章 新产品开发技术经济分析新型方法

- 5.1 企业新产品开发能力及经济效益评价指标体系
- 5.2 技术经济分析的主要指标
- 5.3 新产品开发方案的常规风险性分析
- 5.4 风险调整目标收益率法

第6章 新产品市场营销策略

- 6.1 新产品开发中市场研究的关键问题
- 6.2 购买新产品顾客的行为分析
- 6.3 新产品的目标市场及市场定位
- 6.4 新产品开发中的名牌意识和服务意识
- 6.5 新产品价格策略
- 6.6 新产品分销策略
- 6.7 新产品的促销

第7章 形成促进企业新产品开发的新观念

- 7.1 更新竞争观念，依靠技术创新
- 7.2 改革分配制度，新产品开发中有“版权”
- 7.3 坚持“合理投资”的指导思想，重新理解企业规模的内涵
- 7.4 企业人才问题的关键是培养高层次人才和增强人才的向心力
- 7.5 新产品开发组织的优化

主要参考文献

《中国工业企业新产品开发》

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:www.tushu000.com