

# 《新产品开发》

## 图书基本信息

书名：《新产品开发》

13位ISBN编号：9787507815498

10位ISBN编号：7507815498

出版时间：2002-06-01

出版社：中国国际广播出版社

作者：MBA必修核心课程编译组

页数：641

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](http://www.tushu000.com)

## 内容概要

新产品开发导论  
产品创新  
新产品开发管理  
新产品开发战略和组织  
新产品开发战略  
新产品开发组织  
新产品构思  
企业的创造性过程及其管理  
新产品构思方法  
新产品构思的收集和处理  
新产品评价  
新产品评价系统  
新产品预选  
新产品筛选与原型测试  
新产品使用测试  
新产品试销  
新产品财务评价  
新产品市场推广  
新产品市场进入决策  
新产品投放周期  
新产品营销计划  
新产品定价策略  
新产品的品牌策略和包装策略  
新产品促销策略  
新产品渠道策略  
新产品投放控制

# 《新产品开发》

## 书籍目录

第一篇 新产品开发导论 第一章 产品创新 第一节 产品创新的概念和特征 第二节 产品创新的类型 第三节 产品创新的诱导机制 第二章 新产品开发管理 第一节 基本概念 第二节 新产品开发的意义 第三节 新产品开发的阻力和推动力 第四节 新产品开发过程 第五节 案例 第二篇 新产品开发战略和组织 第三章 新产品开发战略 第一节 新产品开发战略的概念和特征 第二节 新产品开发战略的作用 第三节 新产品开发战略的基本类型 第四节 影响新产品开发战略的主要图素 第五节 新产品开发大纲 第六节 案例 第四章 新产品开发组织 第一节 企业组织与新产品开发 第二节 新产品开发的组织形式 第三节 新产品开发的组织决策 第四节 新产品开发的组织创新 第五节 案例 第三篇 新产品构思 第五章 企业的创造性过程及其管理 第一节 创造力和团体创造力 第二节 创造性人才及管理 第三节 企业创造性过程 第四节 企业创造性的激励 第六章 新产品构思方法 第一节 新产品概念 第二节 新产品构思方法 第三节 属性分析 第四节 需求分析 第五节 关联分析 第六节 群体创造力 第七章 新产品构思的收集和处理 第一节 新产品构思的来源 第二节 外来构思的处理 第四篇 新产品评价 第八章 新产品评价系统 第九章 新产品预选 第十章 新产品筛选与原型测试 第十一章 新产品使用测试 第十二章 新产品试销 第十三章 新产品财务评价 第五篇 新产品市场推广 第十四章 新产品市场进入决策 第十五章 新产品投放周期 第十六章 新产品营销计划 第十七章 新产品定价策略 第十八章 新产品的品牌策略和包装策略 第十九章 新产品促销策略 第二十章 新产品营销渠道策略 第二十一章 新产品投放控制 参考文献

# 《新产品开发》

## 精彩短评

1、??

2、看够感觉一般

3、《新产品开发》哈佛MBA全集，1999年版的，出版社：中国国际广播出版社，1999年11月版，这本书讲的不是开发产品，是产品开发。《新产品开发体系》（相对完整，从创新到开发，到市场退市的全过程）。里面的属性分析讲的特别棒。举例，同样都是自行车，不同的人有不同的用途，但许多时候它本质不是骑行的功能了。比如，健身、广告。名相同，但重点转移了，所以属性变了，可能是道具、玩具。所以特性已与原名无关。

# 《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](http://www.tushu000.com)