

<<创造突破性产品>>

图书基本信息

书名：<<创造突破性产品>>

13位ISBN编号：9787111184003

10位ISBN编号：7111184009

出版时间：2006-2

出版时间：机械工业出版社

作者：恰安

页数：302

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>

## <<创造突破性产品>>

### 内容概要

许多新产品的开发往往不能成功，在少数成功范例之中，又只有更少数产品能够重新定义其原本的、甚至创造全新的市场，并且最终发展成为突破性产品。

本书作者总结多年的研究结果，指明了与产品创新相关的一系列因素，并提供了一套全新的开发突破性产品的理论与方法。

该书旨在帮助企业、技术和设计人员：  
获得对用户的需求和市场新的趋势的准确洞察力；  
认识可以创造新市场的产品机会缺口；  
指导产品“模糊前期”的构造；  
正确地运用定性和定量的研究方法；  
确立产品开发与企业整体策划和品牌管理之间的关系；  
建立灵活、高效的团队。

本书是一本关于企业设计管理的专著，适用于企业产品开发和管理参考，也适合作为高等院校相应的设计管理专业的教材。

## <<创造突破性产品>>

### 作者简介

JONATHAN CAGAN is a Professor of Mechanical Engineering at Carnegie Mellon University. His work focuses on the early stages of product development with emphasis on engineering design, interdisciplinary collaborations, formal design synthesis, and computat

## <<创造突破性产品>>

### 书籍目录

序前言致谢相关术语和定义第一部分 问题 第一章 新产品开发的驱动力 第二章 移向产品价值定位图的  
右上角 第三章 右上角（第一象限）：价值象限 第四章 成功品牌战略的核心：突破性产品和服务第二  
部分 解决方法 第五章 以用户为中心的一体化新产品开发综合途径 第六章 整合不同领域、管理多样化  
团队 第七章 了解用户的需要、要求和愿望第三部分 实践检验 第八章 案例研究：右上角的优势 第九章  
汽车设计：通过以用户为中心的一体化新产品开发手段使之脱颖而出后记

<<创造突破性产品>>

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>