

<<商品的诞生>>

图书基本信息

书名：<<商品的诞生>>

13位ISBN编号：9787112072194

10位ISBN编号：7112072190

出版时间：2005-10

出版时间：中国建筑

作者：李娟，潘荣 等编著

页数：167

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>

<<商品的诞生>>

内容概要

通过本章的学习，了解新产品的产生，新产品的分类，掌握新产品的特点、含义，了解新产品生命周期，知道新产品开发的定义和设计原则，以及新产品开发团队中从开始到结束的人员配置问题，在商品诞生系列链中对人员的要求，并且学习产品设计与开发的两种主要设计过程系统。

产品系统设计是工业设计专业的一门主要课程，其教学计划提出了“课程环”的构思，即以产品设计课程为主框，有机集成市场调查与分析、产品设计、工程化设计、广告策划等构成一个完整的设计课程环。

其重点是培养学生全面把握产品到商品的系统开发过程，使学生的设计思路、知识形成一个完善的系统体系，打破课与课之间互不联系的局面，在以产品开发为核心的基础上真正做到学以致用。

本书适用于本科、专科、高职等工业设计专业学生及相关专业人员。

<<商品的诞生>>

书籍目录

前言第一章 产品设计与开发导论 一、新产品和新产品的开发 二、新产品的分类 三、新产品和成功新产品的特点 四、新产品的产品周期 五、产品的商品化 六、产品设计与开发中工业设计的原则 七、产品设计与开发中两种主要设计过程系统 八、商品诞生系列链中的设计与管理第二章 调查市场和发现市场 一、什么是市场和细分市场 二、什么是发现市场机会的方法 三、什么是了解市场的重要途径 四、怎么学会判别市场机会的价值第三章 产品设计与概念的生成 一、产品创新的核心及产品概念生成 二、适合全新产品设计与开发的概念生成活动 三、适合全新产品设计与开发的有关概念生成的提示内容 四、一种适合全新产品开发概念生成的分类树工作方法 五、适合改良产品概念生成的几种具体方法 六、在概念生成活动中如何处理复杂的问题 七、在概念生成活动中如何进行内部研究 八、在概念生成活动中如何进行外部研究 九、如何利用已经出版的文献和专利进行产品的概念设计研究 十、概念甄别系统 十一、概念设计阶段的挑战 十二、产品概念生成活动中容易发生的问题和错误 十三、在概念设计阶段对工业设计师的能力要求第四章 产品设计基础 一、常用工程CAD软件介绍 二、参数化设计 三、三维CAD系统的装配设计技术 四、什么是装配模型第五章 关于新产品的市场营销 一、如何翘动市场,让市场应产品而动 二、产品的竞争战略 三、产品的品牌策略 四、产品的定价策略 五、产品的分销渠道策略 六、产品的促销策略 七、产品的广告策略 八、公共关系 九、营销策划书编制第六章 产品设计与开发中需要知道的问题 一、什么是知识产权 二、知识产权保护的策略 三、专利有哪些种类和特点 四、授予专利权的条件 五、专利说明书的内容和书写方式 六、怎样查阅和使用中国专利文献第七章 课题要求和题目 一、产品设计与开发课题要求 二、产品设计与开发中易出现的问题 三、设计报告主要内容详解 四、适合本课程的设计开发的课题题目第八章 产品设计与开发案例

<<商品的诞生>>

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>