

<<PDMA新产品开发手册>>

图书基本信息

书名：<<PDMA新产品开发手册>>

13位ISBN编号：9787121048364

10位ISBN编号：7121048361

出版时间：2007-9

出版时间：电子工业

作者：[美]肯尼思·B·

页数：474

译者：赵道致

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>

<<PDMA新产品开发手册>>

内容概要

对企业而言，开发新产品是企业发展壮大的最优方案。

本书是产品开发与管理协会（PDMA）集合美国企业界、学术界的新产品开发管理方面的大量专家，通过不断地总结和提炼，形成了一套完善的知识体系，用以指导企业的新产品开发。

本书讲述了有关产品开发，从创新到实施，直到产品生命周期结束的全过程。

本书结合大量的图表和实例，为企业中所有参与新产品开发与服务的管理者提供了行之有效、立竿见影的应用工具。

<<PDMA新产品开发手册>>

作者简介

肯尼思·B·卡恩，美国诺克斯维尔市田纳西大学市场与物流系市场学副教授，也是田纳西大学销售预测管理论坛的创始人之一，这个论坛侧重销售预测和市场分析的教学和研究工作。他的教学与研究涉及产品开发、产品管理、销售预测、部门之间的整合等多个领域，曾在《产品创新管理》等杂志上发表过多篇论文，还著有《产品计划精要》（Product Planning Essentials）一书。

<<PDMA新产品开发手册>>

书籍目录

第1部分 开始之前 第1章 新产品——是区别优胜者与失败者的要素和通向成功的要素 第2章 新产品开发战略：制定和实施 第3章 新产品组合计划和管理 第4章 实施产品开发 第5章 流程负责人 第6章 渐进型、平台型和突破型产品的模糊前端 第7章 服务开发第2部分 组织开发 第8章 大公司中创新的方法与组织结构 第9章 产品开发项目团队管理 第10章 产品开发中的权力与政治 第11章 分布式新产品开发 第12章 加速新产品开发：技术与陷阱第3部分 开始 第13章 新产品的市场分析和细分 第14章 获取客户[]对产品开发的需求 第15章 新产品开发的相关情景研究 第16章 新产品开发流程中与客户的互动 第17章 获得火花和冲击：构思和概念的产生 第18章 定量市场调研 第19章 从专利组合中提炼价值 第20章 技术管理第4部分 执行开发 第21章 关口决策：新产品开发中风险管理的关键关键 第22章 赢得产品审查批准 第23章 新产品预测的方法 第24章 通过工业设计战略提高新产品开发成功率 第25章 建立与最终用户之间的桥梁：工业设计师如何对产品开发做出贡献 第26章 产品开发中的人因工程 第27章 设计转变为现实：快速原型法 第28章 技术开发的风险分析工具：危机分析和失效模式与效果分析 第5部分 完成开发任务 第29章 用有效的度量规划支持商业目标 第30章 新产品和服务的发布管理 第31章 新产品发布的供应链管理意义 第32章 消费品市场测试和发布后的评估 第33章 生命周期管理总论和相关问题 第34章 产品退出和终止第6部分 PDMA对NPD的研究 第35章 从杰出公司创新者中学到的 第36章 从2003年比较绩效评价研究（CPAS）中得到的第一个结论附录 产品开发与管理协会（PDMA）简介PDMA关于新产品开发的术语表 新产品开发与管理协会2004年获准重印

<<PDMA新产品开发手册>>

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>