

<<市场创新>>

图书基本信息

书名：<<市场创新>>

13位ISBN编号：9787302029885

10位ISBN编号：7302029881

出版时间：1998-06-01

出版时间：清华大学出版社

作者：黄恒学

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>

## <<市场创新>>

### 内容概要

本书是国内第一部研究市场创新的学术专著，是国家自然科学基金和中国博士后科学基金的立项成果。

本书综合运用多种研究方法，全面考察和系统研究了有关市场创新活动的一些主要问题，提出了市场创新度、市场创新域、市场创新源、市场创新向等一系列新的概念和观点，并初步探索和构建了市场创新活动发展的一般规律与基本模式，提出了有关推动中国市场创新的若干建议。

本书观点新颖，体系严密，论述流畅，是研究市场创新的必备参考书，也是企业开展市场创新活动的实用指南，适合企业界、科技界、教育界、政府机关及其他社会各界关心市场创新与发展的人士阅读。

## <<市场创新>>

### 书籍目录

#### 第一章 市场创新的基本概念与主要意义

市场创新的基本概念

市场创新的主要意义

#### 第二章 市场创新度及其战略选择

市场创新度的界定与划分

首创型市场创新

改创型市场创新

仿创型市场创新

市场创新度的选择

#### 第三章 市场创新域及其维度组合与选择

市场创新域的基本概念

产品创新域

需求创新域

顾客创新域

技术创新域

市场创新点的选择

#### 第四章 市场创新向与市场发展趋势分析

市场创新向的基本概念

市场的科技化

市场的国际化

市场的软化

市场的绿化

市场的标准化

市场的多样化

市场的高级化

#### 第五章 市场创新源及其开发与利用

市场创新源的基本概念

研究型市场创新源

营销型市场创新源

用户型市场创新源

采购型市场创新源

竞争型市场创新源

合作型市场创新源

市场创新源的开发与利用

#### 第六章 市场创新阻与市场创新险分析

市场创新阻的基本概念

企业内部阻力

市场环境阻力

市场需求阻力

市场创新险分析

#### 第七章 市场创新战略选择

市场创新的战略目标

市场领先者的创新战略

市场挑战者的创新战略

市场追随者的创新战略

<<市场创新>>

市场补缺者的创新战略  
关于推动中国市场创新的若干建议

<<市场创新>>

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>