

<<新产品概念开发>>

图书基本信息

书名：<<新产品概念开发>>

13位ISBN编号：9787302131663

10位ISBN编号：730213166X

出版时间：2006-7

出版时间：清华大学出版社

作者：杨德林

页数：288

字数：260000

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>

<<新产品概念开发>>

内容概要

新产品概念开发是开展技术创新活动，特别是自主创新活动、生成自主知识产权的基础性工作。本书是结合中国机电企业实际系统研究“新产品概念开发”的专著，主要内容包括三部分：第一部分包括新产品概念开发的内涵和意义、研究进展以及因素分析；第二部分介绍新产品概念开发方法；第三部分是对中国机电企业新产品概念开发状况的调查和研究。

这些研究成果丰富了新产品概念开发理论，对我国企业的新产品开发工作有重要实际价值。

本书的读者对象为：企业经营管理人员，企业研究开发人员，企业营销人员，高校工商管理教师、本科生、研究生、MBA等。

<<新产品概念开发>>

作者简介

杨德林，清华大学经济管理学院技术创新研究中心研究员，中国技术经济研究会副秘书长，中国技术经济研究会高校分会秘书长。

主要研究方向为技术管理、新产品开发、知识产权管理和知识管理等。

主讲技术创新管理、研究开发管理、企业家与创新、创意开发方法、工程经济学等课

<<新产品概念开发>>

书籍目录

第1章 新产品概念开发的内涵及意义 1.1 相关研究的历史脉络 1.2 新产品概念开发 1.3 新产品创意生成与概念开发第2章 新产品概念开发研究进展 2.1 新产品概念开发活动 2.2 新产品开发过程模型 2.3 一种通用产品开发模型第3章 新产品概念开发影响因素 3.1 概念开发因素分析概述 3.2 概念开发基础要素 3.3 概念开发项目要素 3.4 影响概念开发的重要因素第4章 产品概念开发的集成QFD方法 4.1 传统QFD方法及其特点 4.2 相关支持分析工具与QFD 4.3 IcoDe (集成概念开发)模型 4.4 改进型集成化概念开发模型第5章 集成QFD的应用:顾客需要表达 5.1 顾客需要表达的程序化方法框架 5.2 目标客户群的确定 5.3 抽出产品属性 5.4 产品属性的结构化 5.5 竞争者的基准信息 5.6 协同分析与客户需要效用及市场细分第6章 集成QFD的应用:整体与特性概念开发 6.1 整体与特性概念开发的框架 6.2 产品概念的初步形成和分解 6.3 产品整体概念开发 6.4 产品特征概念开发第7章 产品概念开发的结构化方法概述 7.1 功能结构方法 7.2 公理设计方法 7.3 设计结构矩阵方法 7.4 已有概念结构化方法的不足第8章 产品概念开发结构化模型:总体框架 8.1 结构化模型的总体框架 8.2 案例研究第9章 产品概念开发结构化模型:系统耦合识别 9.1 规格耦合识别 9.2 设计耦合识别 9.3 任务耦合识别 9.4 案例研究—设计耦合识别第10章 产品概念开发结构化模型:分解与整合 10.1 产品规格分解 10.2 设计方案整合 10.3 案例研究—产品规格分解第11章 中国机电新产品概念开发工作研究设计 11.1 研究背景及研究问题 11.2 研究思路和设计 11.3 调查方案确定 11.4 调查问卷设计 11.5 调查数据的分析设想 11.6 调查的实施第12章 中国机电新产品概念开发工作分析 12.1 机电产品概念开发及要素工作状况 12.2 概念开发工作状况与产品开发结果的关系 12.3 研究结论与启示附录 新产品开发前期工作调查问卷参考文献

<<新产品概念开发>>

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:<http://www.tushu007.com>