

<<产品开发与管理>>

图书基本信息

书名：<<产品开发与管理>>

13位ISBN编号：9787303093199

10位ISBN编号：7303093192

出版时间：2008-9

出版时间：北京师大

作者：王永贵//贾鹤

页数：346

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>

<<产品开发与管理>>

内容概要

全书分三篇共9章。

每章分成两大部分，第一部分是相关理论概要——原理论述，第二部分是实际案例、分析和点评，而且每章都选取了两个案例，并分别采取了不同的处理方式。

对于每章的第一个案例，作者进行了透彻的理论点评，这有助于启发管理人员应该如何结合自身所处的企业背景，对新产品开发活动从不同理论视角进行分析和思考；而对于每章的第二个案例，作者只是在案例描述之后做了简要分析，这是为了留给读者更多独立的思考“空间”，从而有助于读者在通过对第一个案例的学习而掌握了基本的分析框架之后，利用第二个案例材料进行案例分析与讨论。

与单纯的产品开发与管理案例集相比，本书更侧重于透过较为系统的理论视角对产品开发与管理的各个层面进行分析，从而将企业的产品开发和管理活动与产品开发和管理理论紧密地联系在一起。

<<产品开发与管理>>

作者简介

王永贵，南京大学市场营销系副主任、教授、博士生导师、学科带头人，对外经济贸易大学国际商学院教授、博士生导师、学科带头人，南开大学战略管理博士、香港城市大学服务管理博士，南京大学中国直销研究中心副主任，2006年首批入选南京大学骨干青年教师培养计划，南开大

<<产品开发与管理>>

书籍目录

第一篇 导论	第一章 新产品与产品开发的基本概念	1.1 原理论述	1.1.1 产品的相关概念
	1.1.2 新产品的概念及产品的新度评价	1.1.3 新产品开发的概念与特征	1.2 案例学习目标
	案例1-1 “海信”：变频“风”该如何吹	【案例综合分析】	【思考题】
	案例1-2 “蒙牛”：金牌牛奶“特仑苏”	【案例综合分析】	【思考题】
	本章结语	第2章	新产品开发的战略管理
	2.1 原理论述	2.1.1 新产品开发战略概述	2.1.2 新产品开发战略的制定与协调
	2.1.3 新产品开发的战略管理	2.2 案例学习目标	案例2-1 “招商银行”：“一卡通”科技创新的力量
	【案例综合分析】	【思考题】	案例2-2 “海尔”：家用中央空调创新之路
	【案例综合分析】	【思考题】	本章结语
	第2篇 新产品开发流程	第3章 新产品开发流程管理	3.1 原理论述
	3.1.1 阶段—门体系开发方法	3.1.2 新产品开发流程的优化和加速	3.1.3 第三代新产品开发流程
	3.2 案例学习目标	案例3-1 “娃哈哈”：“营养快线”传递新理念	【案例综合分析】
	【案例综合分析】	【思考题】	案例3-2 “仁和集团”：“闪亮牙洁素”另辟蹊径
	【案例综合分析】	【思考题】	本章结语
	第4章 产品的改进与创新	4.1 原理论述	4.1.1 创新活动
	4.1.2 重大产品创新与渐进式产品创新	4.1.3 产品创新的实施	4.2 案例学习目标
	案例4-1 “别克”：渐进式创新赢得市场	【案例综合分析】	【思考题】
	案例4-2 “柯达”：数码相机时代的推进者	【案例综合分析】	【思考题】
	本章结语	第5章 服务产品的开发	5.1 原理论述
	5.1.1 服务与服务创新	5.1.2 服务设计	5.1.3 服务包设计
	第3篇 新产品开发专题	第6章 新产品开发的市场调研、定位与市场预测
	第7章 新产品投放与营销管理	第8章 产品开发能力的开发与更新	第9章 新产品开发的整合管理综合案例
	“苹果公司”：“iPod”主导“数码音乐战争”		

<<产品开发与管理>>

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>