### <<预警管理 产品开发预警管理>>

### 图书基本信息

书名: <<预警管理 产品开发预警管理>>

13位ISBN编号:9787537521628

10位ISBN编号:753752162X

出版时间:1999-12

出版时间:河北科学技术出版社

作者:胡树华

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

## <<预警管理 产品开发预警管理>>

#### 作者简介

作者简介 胡树华男,1961年 生,博士。 武汉汽车工业大学 教授、博士生导师、战略与管 理研究中心主任。 已出版专著 4部:《价值工程》、《企业 租赁经营》、《技术经济原理 与方法》、《产品创新管理》; 发表论文86篇,参与教材编写 5部。 1994年被评为机械工业 部跨世纪学术骨干,1997年获 中国汽车工业优秀青年科技人 才奖。

现为湖北省技术经济与管 理现代化研究会理事兼青年分 会会长、中国技术经济研究会 高校分会副主任委员、中国价 值工程协会副主任委员。

## <<预警管理 产品开发预警管理>>

#### 书籍目录

#### 第一章 绪论

- 一、现代工业企业经营战略的转移
- (一)系统平衡与企业战略转移
- (二)企业的生产与促销时代
- (三)企业的产品开发时代
- 二、政府对企业产品开发的支持作用
- 三、国外产品创新管理研究重点概述
- 四、国内产品创新管理研究概况
- 五、本书理论体系
- 第二章 产品创新原理
- 一、产品创新概念
- (一)产品创新的三维概念
- (二)企业产品创新的意义
- 二、生命科学成果的借鉴意义
- 三、产品创新原理
- (一)产品基因原理
- (二)产品生物原理
- (三)产品群落原理
- (四)产品生态原理
- 四、产品创新管理原则
- 五、产品创新管理的生命子系统
- (一)创新管理子系统及职能
- (二)生物型管理概念的运用
- 第三章 产品创新战略与模式 战略管理

### 工具

- 一、产品创新战略的制定程序
- (一)产品创新战略的制定原则
- (二)产品创新战略的制定程序
- (三)企业经营环境分析
- (四)企业技术开发能力分析
- 二、产品创新战略体系
- (一)产品创新战略维度
- (二)产品创新战略体系
- 三、新产品市场扩展的S曲线规律
- (一)新产品市场扩展的分析模型
- (二)新产品扩展的作用链
- (三)新产品市场扩展的曲线轨迹
- (四)新产品市场扩展的行为参数
- 四、产品寿命周期的创新战略分布
- (一)产品寿命周期概念
- (二)产品寿命周期的特殊图形
- (三)寿命周期的产品值域规律
- (四)产品寿命周期的战略分布
- 五、产品创新战略模式的组合模型

## <<预警管理 产品开发预警管理>>

- (一)产品创新模式组合的条件约束
- (二)产品创新战略模式的统计选择模型

第四章 企业产品开发组织 组织管理

### 工具

- 一、企业产品开发机构的基本类型
- (一)水平分工型
- (二)垂直分级型
- (三)集中型
- (四)机构类型的比较
- 二、企业产品开发的动态组织 并行工程
- (一)并行工程的发展概况
- (二)并行工程的技术方法
- (三)项目小组的组织管理
- 三、企业产品开发的对外联盟
- (一)日本的企业纵横联盟
- (二)美国的企业动态联盟
- 第五章 企业产品结构 产品群管理

#### 工具

- -、企业产品结构的基本概念
- (一)企业产品结构的基本组成
- (二)企业产品结构的基本类型
- 二、企业产品结构的维度
- (一)产品效益结构
- (二)产品技术结构 (三)产品市场结构
- (四)产品网链结构
- 三、企业产品结构的优化对策和方法
- (一)企业产品结构调整的战略类型
- (二)企业产品结构的优化模式
- (三)现有产品的分类评价
- (四)产品线扩展与优化分析
- (五)产品产量优化模型
- 四、企业关键产品的选择认定
- (一)企业主导产品选择
- (二)企业先导产品选择
- (三)企业产品链群的认定
- 五、产品开发项目组合分析
- (一)项目组合选择模型
- (二)项目组合分析程序
- 第六章 产品功能规划 市场导向工具
- 一、功能的产品设计作用
- (一)功能与产品
- (二)功能与成本的导向作用 (三)功能系统图
- 二、功能元及其实现
- (一)功能与功能载体
- (二)性质类功能元

### <<预警管理 产品开发预警管理>>

, -	_ 、	_	ᅲ	. <del></del> .	— حد							
•	,		理类									
			的规									
•	•		体功									
( -	二)	功	能规	划的	的信	息	长沙	亰				
( =	Ξ)	整	体功	能	的市	场技	叟劽	첫				
( [	四)	整	体功	能	的技	术技	叟劽	첫				
( ]	Εĺ	功	能的	分的	解与	组台	<b>≘</b>					
•	•		计功				•					
			水平			•						
			能水			(今						
•	•		能水				FII					
•												
•	,		能水		-		白					
			能水				_	<u></u>	L ~~·			
			品点			-		)人/	194	埋.	工具	•
			的产				_					
•	•		品成									
( -	二)	成	本的	导[	句约	東作	乍月	月				
			品成				充					
_\	产	品	成本	设ì	计原	理						
			品成				既念	<u> </u>				
			品成									
			品成					툿느	持行	īF		
			品成品成									
•	•		成本				<b>エ</b> /-	J ·	י ירוו נ	<b>'</b> 'J		
	-		大限									
•	•		小限									
-	-											
•	-		合优									
•			本分				54 -	<del></del> -	الم <del>ر</del>	<del>\</del>		/a #
		-	向回		<b></b>	え供り	ፈብኒ	<u> </u>	古创	抓		绿色
			工具			. — ,						
_`			续发									
			产品						_			
•	,	-	色产						_			
•	,	-	色产			-	三约	隹管	理	系统	充	
			产品									
( -	-)	绿	色产	品	的设	计师	京贝	IJ				
( ]	_)	产	品的	可	再生	设i	+					
			品的									
•			产品					分木	Fi	:	预警	管理
ΙĮ		- 37	· / H	-1 * 1		3 1-20	.,,,	, ,	'	,	·/	· — · —
	. ` 新	产	品=	维ì	平价							
_`	新	, 产	品三 品系 品加	统	三次	'评/	介					
=`	外	, 产	내대	·/∪/  ╁∇∮	ムグ	·证·	/ I 介					
一`	小文	リ :立	品模	以人? 注册4	小口	・心でん	/I 介					
$\mathbf{D}_{\mathbf{v}}$	ホ厂	厂	品成	,火又;	火业	ᄓᆁ	<b>⊒</b>					

(一)新产品成败的统计特征及分析意义 (二)调查方案设计

# <<预警管理 产品开发预警管理>>

- (三)数据收集
- 六、新产品成败因素鉴别分析
- (一)成败因素判别模型 (二)成败因素鉴别分析
- 七、新产品成败的维度分析
- (一)成败的维度识别模型 (二)成败的维度分析
- 八、新产品成败的判别与预测
- (一)成败判别模型 (二)成败判别与预测分析

参考文献

后记

### <<预警管理 产品开发预警管理>>

### 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