

<<品牌>>

图书基本信息

书名：<<品牌>>

13位ISBN编号：9787805217857

10位ISBN编号：7805217858

出版时间：1999-12-1

出版时间：广东旅游出版社

作者：郑明身

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>

内容概要

本书以现代产品观念和经营战略思想为指导，围绕着如何使产品适销对路、增强企业竞争力这个中心，系统介绍了欧美和日本等发达国家企业的成功经验。本书所设13章，作者通过本书初次尝试把生产经营适销对路的产品问题系统化、理论化，并介绍了大量国外企业的具体做法与经验，借以提高本文的操作性。

书籍目录

- 第一章 适销对路的产品——企业的生命
- 第二章 产品开发——企业竞争力的源泉（上）
- 第三章 产品开发——企业竞争力的源泉（下）
- 第四章 价值工程——实现物美价廉的科学方法
- 第五章 产品美学——增强产品魅力的重要途径
- 第六章 产品文化学——增强产品感召力的广阔天地
- 第七章 人机工程学——提高产品舒适性的美妙世界
- 第八章 产品绿色化——21世纪的挑战与机遇
- 第九章 产品质量——增强产品竞争力的根基
- 第十章 产品生产制造——诞生高质量产品的重要环节
- 第十一章 产品的生产组织——高质量、高效率的保证
- 第十二章 产品销售服务——赢得顾客信赖的关键
- 第十三章 产品发展——企业长盛不衰的保证

<<品牌>>

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>