

<<新产品开发经典读物>>

图书基本信息

书名：<<新产品开发经典读物>>

13位ISBN编号：9787111123606

10位ISBN编号：7111123603

出版时间：2003-8

出版时间：机械工业出版社

作者：苏珊·哈特 编

页数：339

译者：闵丛民

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>

<<新产品开发经典读物>>

内容概要

新产品开发无论对于公司还是国家都是一个至关重要的因素。

本书收集了来自产品设计、市场营销和管理学等多个学科领域期刊上的研究文献，全面阐述了从创新决策到新产品投放市场的整个新产品开发过程，所涵盖的内容既包括产品开发，也包括服务开发。

书中既有全面深刻的理论阐述，也不乏为了佐证理论的有效性而提供的鲜活实例。

通过本书，读者不仅能够与新产品开发领域的各个大师展开有效的“对话”，还可以身临其境地体验新产品开发典型案例的成功与失败。

本书收集了来自市场营销、产品设计和综合管理等领域期刊上的许多文章，相信读者不仅能够通过本书与新产品开发领域的各个大师展开有效的“对话”，而且还能够身临其境地体验在新产品开发过程中成功与失败的典型案例。

书中既有全面深刻的理论阐述，也不乏为了佐证理论的有效性而提供的鲜活实例。

书中阐述了有关新产品开发的很多方法，坚信读者一定能够从中发现与自己的企业或业务相关的合适方法。

<<新产品开发经典读物>>

作者简介

部分作者简介：莫德斯托A，麦迪奎(Modesto A . Maidique)。
佛罗里达国际大学(FIU)校长，先后毕业于麻省理工大学电气工程与计算机科学系和哈佛商学院PMD项目，是世界闻名的高技术企业管理权威。
他是全美第四大半导体制造商国家半导体公司(National Semiconductor)和在全球

<<新产品开发经典读物>>

书籍目录

译者序前言第一部分 新产品开发中的成功与失败 引言 2 苏珊·哈特 第1章 工业新产品成功与失败的方面 4 R. G. 库珀 第2章 产品创新成功与失败的研究：美国电子工业研究案例 15 莫德斯托 A. 梅迪奎和比利·乔·泽格 第3章 美国和英国公司中的成功产品创新 30 阿克塞尔·约翰尼和帕特里夏·斯纳尔森 第4章 新产品开发的成功方面：一次探索性研究 39 苏珊·哈特第二部分 新产品开发的战略要素 引言 54 苏珊·哈特 第5章 产品创新法则的定义 56 C. 梅勒·克劳福特 第6章 在产品创新中的战略性能关系 65 罗伯特 G. 库珀 第7章 产品序列和核心能力的动态特性 76 马克 H. 迈耶, 詹姆斯 M. 阿特拜克 第8章 产品开发战略：技术与营销的集成 92 哈里·尼斯特姆第三部分 新产品开发模型 引言 102 苏珊·哈特 第9章 新产品开发的多集合处理模型 103 苏珊 J. 哈特和米歇尔 J. 贝克 第10章 新产品模型：实践、缺陷和预期改进 114 维杰·马哈强和杰尔·温迪 第11章 迅捷企业的并行产品开发 124 R. 雷·格哈里 第12章 评价QFD在美国企业中作为产品开发方法的使用 134 阿比·格里芬第四部分 新产品开发过程的早期阶段 引言 150 苏珊·哈特 第13章 顾客的心声 152 阿比·格里芬和约翰 R. 豪瑟 第14章 产生和筛选新产品思想 174 琳达·罗奇弗德 第15章 来源于顾客思想的成功工业产品：新式顾客积极参与范例的展示——带有例证和意义分析 184 埃里克·冯·希派尔 第16章 公司是否需要一个定制的新产品筛选模型 195 俄尔莱克·德布翰达尼 第17章 概念测试 207 威廉 L. 摩尔第五部分 新产品开发过程的后期阶段 引言 218 苏珊·哈特 第18章 新产品预测模型：研究及使用说明 220 维杰·马哈强和约瑞姆·温迪 第19章 评估新产品：一个系统，而非一次行动 234 C. 默尔·克劳福特 第20章 新产品测试：对技术的回顾 242 帕特西夏·格林沃德和马歇尔·奥藤菲德 第21章 对新技术的需求预测中存在的一些问题 250 罗伯特 J. 托马斯 第22章 关于提高试销决策的效力 262 马德哈伏 N. 西格尔和 J. S. 约哈第六部分 新服务体系的开发 引言 272 苏珊·哈特 第23章 实施服务设计 274 G. 林恩·肖斯代克 第24章 开发新型商业服务的成功因素 280 俄尔莱克·德布翰达尼 第25章 保险产品的开发：管理变化 299 阿克塞尔·约翰尼第七部分 新产品开发的组织接口 引言 312 苏珊·哈特 第26章 组织创新 314 迈克尔·图舒曼和大卫·那德尔 第27章 管理研发和营销的相互作用 326 阿斯克 K. 格帕塔 S. P. 拉吉和大卫·威尔蒙 第28章 项目管理结构对开发成功的重要意义 332 埃里克 W. 拉森和大卫 H. 格贝里

<<新产品开发经典读物>>

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>