

<<新产品开发.定位与销售>>

图书基本信息

书名：<<新产品开发.定位与销售>>

13位ISBN编号：9787806772256

10位ISBN编号：7806772251

出版时间：2002-6

出版时间：广东经济出版社

作者：李倩茹

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.定位与销售>>

内容概要

本书全面体现系统化、程式化、图表化、简单化的理念。

重点介绍具体、实用的策略与操作技巧。

不求面面俱到，不是满汉全席，而是知识快餐，侧重解决问题。

理念创新，形式创新，内容创新以活泼的模式编写，让读者轻松地阅读。

本书力图呈现如下特色：以简洁的文字提供新产品R&D的基本理论知识；重点介绍策略与技巧，突出实际操作方法；力争结构清晰，文字简洁，篇幅紧凑；结合案例分析，分析总结成功的经验或失败的教训，体现了本书突出实用性的特点。

<<新产品开发.定位与销售>>

书籍目录

前言

1 新产品概念

2 新产品开发的原则和原理

3 产品开发的过程

4 新产品的设计与预测

5 新产品的市场试销

6 市场细分与目标市场的选择

7 促销策略

8 营销战略创新

9 营销案例

参考文献

后记

<<新产品开发.定位与销售>>

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>