

<<新产品开发>>

图书基本信息

书名：<<新产品开发>>

13位ISBN编号：9787030248633

10位ISBN编号：7030248635

出版时间：2009-7

出版时间：科学出版社

作者：任君卿，周根然，张明宝 编著

页数：264

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>>

前言

教材体现了相关课程的教学内容和基本要求，是教师组织教学的主要依据。

一套好的教材，应当覆盖相应专业所要求的知识点而无重要遗漏；一本好的教材，内容上应能自成体系而又与丛书中其他教材无交叉重复。

一本教材，若能深受学生喜爱并由此引发其对相关课程愿学、爱学，同时让教师用起来得心应手，当属教材中的上品。

倘若是妙笔生花，能把枯燥、艰涩的科学知识组织得详略得当，自然天成，让教师、学生虽登山攀崖却如履平川，使科学知识的授受成为师生共同的乐趣，这样的教材当属极品，是读书人、教书人、写书人毕生追求的最高境界。

重视教材建设是南京航空航天大学经济与管理学院的传统。

“十五”以来，我们组织教师编写、出版教材40余种。

其中，9种入选普通高等教育“十一五”国家级规划教材，《应用统计学》被评为国家精品教材，《灰色系统理论及其应用》等5种教材被评为江苏省精品教材。

一批优秀教材的出版对学院课程建设形成强有力的支撑。

“灰色系统理论”课程入选国家精品课程，“应用统计学”、“预测方法与技术”等4种课程入选江苏省精品课程和优秀研究生课程。

教材和课程建设为人才培养质量的不断提高奠定了坚实的基础，一大批优秀学子脱颖而出。

“十五”以来，南京航空航天大学经济与管理学院先后有60多位同学获得全国“挑战杯”创业计划大赛等奖励。

其中，陈吕栋等19人获国家金奖。

5000多名毕业校友活跃在全国各地，受到用人单位的欢迎。

不少人已开始崭露头角，成为高等学校、科研院所、企事业单位和政府部门的学术、技术和管理骨干。

2007年，南京航空航天大学经济与管理学院组织申报的经济管理创新人才培养模式试验区被评为教育部、财政部人才培养模式试验区。

<<新产品开发>>

内容概要

本书是在第一版（2005年）的基础上修改而成的，主要对新产品开发这一系统工程在其过程中所涉及的基本概念、原理、方法和先进的产品数字化技术进行了比较全面而详细的阐述，试图给读者建立一个较完整、清晰的新产品开发的知识体系，并介绍了一系列有关产品开发的实用程序和记载着产品开发成败的案例。

应用本书介绍的理论知识和方法，可帮助读者掌握新产品开发的实质内容，建立自己的新产品开发的系统，并通过系统工程完成产品的研发与创新。

本书既可作为高等院校管理类、经济类专业本科生和研究生的教材，也可作为工科学生从事新产品开发的培训教材，另外对于从事新产品开发的工程技术人员和管理人员也有一定的参考价值。

<<新产品开发>>

书籍目录

丛书序第二版前言第一版前言第1章 产品与新产品的概念 1.1 产品的概述 1.2 新产品的概述 思考题 案例 多元发展的长虹第2章 新产品开发综述 2.1 新产品开发概述 2.2 新产品开发的程序和方式 2.3 新产品开发的环境 2.4 新产品开发的风险 思考题 案例 昨夜星光灿烂第3章 新产品的市场分析研究 3.1 新产品市场分析研究概述 3.2 市场调查研究的程序与方法 3.3 新产品市场需求预测 3.4 市场决策 思考题 案例柯达产品经营的艺术第4章 新产品创新 4.1 创新 4.2 技术创新 4.3 产品创新 4.4 设计创新 4.5 新产品开发的方式 4.6 新产品创意源泉 思考题 案例 打印技术的创新带动新产品的层出不穷第5章 新产品开发战略 5.1 新产品开发战略概述 5.2 战略规划与措施 5.3 基于时间的新产品开发战略 5.4 中小企业的新产品开发战略 5.5 基于供应链的新产品开发战略 思考题 案例 海尔集团的产品研发战略第6章 新产品开发的组织 6.1 创新型组织的建立 6.2 产品开发的组织决策 6.3 适当的组织结构 6.4 优化新产品开发的组织结构 思考题 案例 创建新型企业模式第7章 新产品开发的规划与评价 7.1 新产品开发的规划 7.2 新开发产品的评价 7.3 产品概念 7.4 筛选的评价系统 思考题 案例 德国放弃首条商用磁悬浮列车项目第8章 新产品商业化规划 8.1 新产品进入市场 8.2 新产品商业化策略 8.3 新产品投放的跟踪 8.4 建立产品逆向物流系统 思考题 案例 诺基亚的环保理念：考虑整个产品生命周期第9章 产品数字化与PDM系统在产品开发中的应用 9.1 产品制造技术信息化 9.2 计算机辅助产品开发 9.3 产品数字化与产品数据管理 9.4 PDM在产品开发中的应用 思考题 案例 首架飞机全机规模电子样机诞生主要参考文献

<<新产品开发>>

章节摘录

第1章 产品与新产品的概念 【本章学习目标】 掌握产品与新产品的定义，熟悉产品的整体概念及新产品的主要特征。

掌握产品生命周期的理论，了解产品在生命周期不同阶段的特点。

清楚产品组合的概念及产品组合对企业发展的意义。

企业的经营主要是围绕着产品（包括实体产品和无形产品）展开的活动，产品是企业面对社会、面对市场最重要也是最基本的因素。

与其说是企业在应对社会的发展，不如说是产品在迎接市场的挑战。

企业间的竞争也主要体现为产品的竞争，企业在市场上的生存与发展更多地表现为产品的生存与发展。

因此，产品的开发及其成功对企业来说可视为头等大事，尤其是对于那些处于高度竞争的市场环境中的企业来说更是如此。

下面介绍有关产品的最基本的概念。

1.1 产品的概述 1.1.1 产品 产品是企业从事生产经营活动的直接有效的物质成果。

在不同的阶段，对产品的理解也不同。

1.产品的传统定义 关于产品的定义，传统的解释是局限在产品的物质形态和具体用途上的，如汽车、冰箱、打字机、食品、洗涤剂，都是产品。

这一定义强调了产品的物质属性。

因此，产品一般被理解或表述为：由劳动创造，具有使用价值和价值，能满足人类需求的有形物品。

<<新产品开发>>

编辑推荐

严格依据普通高等院校本科教学要求修订；构建较完整、清晰的新产品开发知识体系；全面分析产品开发实用程序及成败案例；配备多媒体教学课件与相关教学支持。

<<新产品开发>>

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>