

<<高技术产品营销>>

图书基本信息

书名：<<高技术产品营销>>

13位ISBN编号：9787505882805

10位ISBN编号：7505882805

出版时间：2009-7

出版时间：经济科学出版社

作者：王真

页数：282

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>

<<高技术产品营销>>

内容概要

本书对高技术产品营销的理论与策略有四点主要贡献：第一，阐明了高技术产品的一般技术结构及其需求的三个基本特征。

初始技术、衍生技术和共生技术是高技术产品的一般技术结构，而棘轮性需求、衍生性需求以及共生性需求则是高技术产品市场需求的一般特征。

把握了高技术产品的一般技术结构及其需求特征，是制定正确的营销策略的基础。

第二，提出了一个仅仅适于描述高技术产品购买行为的基本模型，即：“高技术产品购买决策三角”。

本书认为，购买决策过程既是需求的“延伸”过程，也是需求的满足过程。

因此，对它的研究既有益于研发策略的制定，也有益于促销策略的制定。

尽管该模型尚需更多的统计印证，但其描述的基本行为轨迹则是一目了然的。

第三，归纳了高技术产品研发的基本策略。

所谓“研发策略”，是从“市场”意义上定义的策略，它所强调的是市场导向。

本书提出的集成型研发策略、替代型研发策略和互补型研发策略，旨在将高技术产品的研发工作导向市场、导向需求。

第四，概括了高技术产品促销的主要策略。

本书分“手段组合”、“策略组合”两个方面对目前通行的促销策略进行了高度的概括，将其提炼到简洁、精华的程度。

本书坚持认为，教会思考比教会绝招更有益，更何况天有不测风云，市场大多善变，本来也不存在什么绝招。

<<高技术产品营销>>

书籍目录

第1篇 导论 第1章 高技术产品及其主要领域 真情实境1长征系列火箭的技术本体与载体 真情实境2“863”计划出台始末 1.何谓高技术 1.1 高技术的定义 1.2 高技术产品的二元结构 1.3 高技术产品的边界结构 2.高技术的主要领域 2.1 国际背景 2.2 中国的主要高技术领域 3.高技术产品营销的概念 3.1 穿新鞋走老路 3.2 定义第2篇 高技术产品的市场结构 第2章 市场客体 真情实境 蓝光光盘协会 (Blu-ray Disc Association) 1.T1系列——本体技术与载体技术 1.1 本体技术 1.2 载体技术 2.T2系列——初始技术、衍生技术与共生技术 2.1 初始技术 2.2 衍生技术 2.3 共生技术 3.T3系列——核心技术与配套技术 3.1 关于核心技术的认识 3.2 关于核心技术与配套技术的表述 第3章 市场主体 真情实境1 IBM阿尔马登研究中心 (IBM Almaden Research Center) 真情实境2美国康宁公司 (Corning) 1.研发行为主体——研发商 1.1 初始技术研发商 1.2 衍生技术研发商 1.3 共生技术研发商 2.用户 2.1 衍生性用户 2.2 最终用户 (end user) 3.中间商 3.1 基本构成 3.2 基本职能第3篇 高技术产品的需求结构 第4章 棘轮性需求 真情实境美国AMD公司 1.棘轮效应 2.棘轮加速原理与棘轮加速需求 2.1 并行操作与高集成度趋势 2.2 高集成度趋势与需求膨胀 2.3 不可逆性 3.间歇性分析 3.1 内时滞 3.2 外时滞 3.3 时滞模型 4.过度替代 第5章 衍生性需求 第6章 共生性需求第4篇 高技术产品购买行为 第7章 高技术产品购买行为一般理论 第8章 高技术产品购买行为第5篇 高技术产品研发策略 第9章 集成型研发策略 第10章 替代型研发策略 第11章 高技术互补性研发策略第6篇 高技术产品销售策略 第12章 高技术产品价格策略 第13章 高技术产品销售网络策略 第14章 高技术产品促销策略参考文献

<<高技术产品营销>>

章节摘录

第1篇 导论 第1章 高技术产品及其主要领域 1.何谓高技术 1.1 高技术的定义
溯源“高技术”一词最早源于何时不得而知，但作为术语频频出现于文献中则至少已有50年的历史了。

据维基百科全书考证 (<http://en.wikipedia.org/wiki/High-tech>)，有记载的最早使用该词的文献是刊登在1957年2月4日《纽约时报》上的一篇题为“核能为欧洲效力”(Atomic Power for Eumpe)的文章。

该文因出现这样一句话而载人史册：“……对西欧来说，随着人口的密集和高技术的发展……”再据维基百科全书统计，“高技术”一词的使用频率在上个世纪70年代前只有26次；整个70年代期间也就450次；而到了上个世纪80年代，使用频率猛增至4000次，于今已不计其数！

《美国韦氏新世界词典》给出的定义强调了作为高技术的电子技术的领先作用，它定义道：“高技术指的是电子技术这类高度专业化的复杂技术”。

《美国文化遗产词典》是众多定义高技术一词的辞典的代表，它的定义是：“高技术是具备领先水平和专门化的技术体系或设备”。

在学术界，威廉姆·戴维德 (william H.Davidow) 率先给出了简洁的定义：“高技术就是活跃在技术前沿的技术”。

艾力克·瓦尔多 (Eric Viardot, 2004) 较为细致地探讨了高技术产品的特征，并试图以此方法定义高技术产品。

他指出，高技术产品具有三个典型特征：“领先性、通用性、创新性”。

杰吉·摩尔 (Jakki Mohr, 2005) 则是从资源及市场的性质上给出较为系统的定义，她首先界定了“技术”的范畴：“技术是相互交融的各类知识积淀的成果，它包括产品技术和工艺两大类”。

……

<<高技术产品营销>>

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>