第一图书网, tushu007.com

<<技术营销>>

图书基本信息

书名：<<技术营销>>

13位ISBN编号：9787030173218

10位ISBN编号：703017321X

出版时间：2006-7

出版时间：科学出版社

作者：(日)NUTURENETWORKS/国别：中国大陆

页数：248

译者：杨铭

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

如何将技术研发工作与市场紧密联系起来，使科学技术迅速转化为生产力，是关系到企业生死存亡的大事，同时又是技术研发人员最不擅长做的事。
《技术营销》就针对这种情况从技术开发的角度详细阐述了技术营销战略的策划与制定的思路，以及具体实施步骤。
它将技术营销分成若干具体问题，采用图解形式，生动地讲述了如何从技术角度了解市场；市场运作的基本原则；如何制定和实施技术营销战略；在实施战略过程中需要注意哪些关键问题；以及实施战略所必需的组织体制和基础设施等，可以帮助技术人员开发出市场潜力巨大的产品。
《技术营销》适用于在以技术为核心竞争力的企业供职，从事产品开发、软件开发、生产技术、研究开发、质量管理、技术服务等业务部门的技术人员，同时也可以作为市场营销专业学生的参考用书。

书籍目录

第1章 技术营销概述.1．技术人员学习市场营销的必要性2．顾客的变化3．市场的变化4．企业追求的目标5．市场营销概述6．实现市场营销战略所需的技术开发战略7．未来市场营销活动的形态8．以技术人员为主体进行市场营销的优势第2章 市场营销战略的制定和实施1．如何制定市场营销战略2．市场营销战略的基本流程3．市场营销的基本工具①成长—份额分析 ②安索夫成长矩阵4．市场营销的基本工具③3c分析 ④市场细分和目标顾客5．市场营销的基本工具⑤产品生命周期曲线分析 ⑥4p市场营销组合战略6．市场营销的基本工具⑦swot分析 ⑧市场定位和为顾客提供价值第3章 从技术中衍生出来的市场营销战略1．技术带来的“行业领域变革战略”2．技术联盟战略带来商业模式的革新3．安索夫成长矩阵中的技术战略模型4．不同市场定位中的技术战略5．市场营销组合（4p）战略和技术战略6．产品生命周期战略和技术战略7．波特的4个基本定位和技术战略8．品牌战略和技术战略9．商品品牌战略10．新技术带来的成长战略第4章 制定技术营销战略1．制定技术营销战略的基本步骤2．step1战略概念假说的设定和制定战略的假定条件的整理①明确事业前景，目标和把握当前现状3．step1战略概念假说的设定和制定战略的假定条件的整理②产品—份额成长矩阵分析4．step1战略概念假说的设定和制定战略的假定条件的整理③整理技术营销战略制定过程中的假定条件5．step2技术营销战略概念化假说的具体化6．step3运用宏观市场分析确定有潜力的市场范围7．step4设定战略核心技术的方法8．step4战略核心技术的确定①产品功能分析9．step4战略核心技术的确定②产品构造分析10．step4战略核心技术的确定③部件特性的分析11．step4战略核心技术的确定④产品功能—部件组合分析12．step4战略核心技术的确定⑤确定战略核心部件以及战略核心技术13．step4战略核心技术的确定⑥技术趋势分析14．step5从战略核心技术的角度探索新的产品用途15．step6市场特性分析的步骤16．step6市场特性分析①考虑产品结构的行业构造分析（一）17．step6市场特性分析①考虑产品结构的行业构造分析（二）18．step6市场特性分析②市场细分和目标顾客的选择（一）19．step6市场特性分析..②市场细分和目标顾客的选择（二）20．step6市场特性分析③目标顾客与顾客特性分析（消费品方面）（一）21．step6市场特性分析③目标顾客与顾客特性分析（消费品方面）（二）22．step6市场特性分析④目标顾客的顾客特性分析（生产资料方面）23．step6市场特性分析⑤分析关注目标顾客的竞争对手24．step7新商品概念的企划①新商品的创意策略25．step7新商品概念的企划②新商品创意的评价及筛选26．step7新商品概念的企划③新商品创意的概念化27．step7新商品概念的企划④市场定位分析28．step7新商品概念的企划⑤产品构造市场的定位（一）29．step7新商品概念的企划⑤产品构造市场的定位（二）30．step8技术开发课题表的制作与重点化①新商品的功能展现和功能—成本水平的设定31．step8技术开发课题表的制作与重点化②技术开发课题的解决方法的选定32．step8技术开发课题表的制作与重点化③技术开发课题的分类和重点化33．step9技术营销战略的制定①基本战略（短期）（一）34．step9技术营销战略的制定①基本战略（短期）（二）35．step9技术营销战略的制定②市场营销中的4p、技术开发战略、联盟战略36．step9技术营销战略的制定③开展计划（中长期）37．step9技术营销战略的制定④组织体制（一）38．step9技术营销战略的制定④组织体制（二）第5章 技术营销战略实施的要点1．导出战略课题所需的战略图的制作2．课题的重点化3．组织变革计划的假定4．实施计划的拟定第6章 技术营销战略的组织体制1．作为战略制定与实施前提的人或组织2．因战略重点不同而不同的核心组织3．制定和实施战略所需的组织体制第7章 技术营销战略的组织基础结构1．战略制定和实施的组织基础结构2．组织意见决定的基础结构3．跨组织活动的基础结构4．技术人员的人才战略的基础结构①技术人员必备的管理能力及其学习5．技术人员的人才战略的基础结构②技术人员的职业管理6．技术人员的人才战略的基础结构③技术人员的人才培养7．作为基础结构的知识资本战略8．顾客、市场信息的基础结构9．与联盟者、交易方、供应方等外部组织形成的网络结构附录1 制定技术营销战略的分析图附录2 技术营销战略制定和分析附表译者跋...

第一图书网, tushu007.com

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