

<<新产品投入决策中的建模与优化方>>

图书基本信息

书名：<<新产品投入决策中的建模与优化方法>>

13位ISBN编号：9787030187291

10位ISBN编号：7030187296

出版时间：2007-3

出版时间：科学

作者：万福才

页数：157

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>

## <<新产品投入决策中的建模与优化方>>

### 内容概要

本专著主要研究新产品投入几个阶段的建模与优化问题，包括新产品生命周期、新产品创意筛选、新产品投入计划方法及新产品定价方法等几个方面的内容。

全书共13章，主要内容有：新产品投入问题研究综述；新产品创意筛选的优化方法；新产品市场投放策略；新产品的生命周期及其收益曲线；新产品的分类与投入选择方法；新产品投入的0—1半无限规划方法；带有资源约束的新产品投入计划模型；新产品的组合投入方法研究；数字产品定价方法研究；多产品定价方法；混合成套产品定价及其最小价格矩阵解法等。

为增加本书的适用性，第13章简要介绍了本书所用到的优化算法。

于从事有关新产品投入决策研究的科技工作者阅读，也可以作为系统工程或管理等专业相关研究方向的硕士研究生、博士研究生的参考书。

## 书籍目录

前言第1章 导言 1.1 问题的提出 1.2 本书的研究思路 1.3 本书的主要研究内容 参考文献第2章 新产品投入问题研究综述 2.1 引言 2.2 新产品投入管理的关键问题 2.2.1 新产品的概念 2.2.2 新产品进入市场策略 2.2.3 新产品开发的特点 2.2.4 新产品开发的管理 2.2.5 新产品开发的意义 2.3 制定新产品开发计划中关键问题的研究 2.3.1 新产品开发决策问题的研究情况 2.3.2 新产品开发任务调度问题的研究情况 2.4 Time—To—Market理论的定性研究 2.4.1 缩短新产品生产时间的研究 2.4.2 新产品开发组织结构的研究 2.4.3 新产品投入市场角色定位的研究 2.4.4 新产品市场投入延迟的研究 2.5 Time—To—Market理论的定量研究 2.5.1 新产品投放方式的优化模型 2.5.2 带有季节性考虑的新产品投放模型 2.5.3 新产品的扩散模型 2.5.4 基于Markov链的新产品投放模型 2.5.5 基于非线性规划的新产品投入模型 2.6 基于电子商务的产品定价方法 2.6.1 传统商务中的定价模型 2.6.2 电子商务动态定价的历史研究结果 2.7 小结 参考文献第3章 新产品创意筛选方法 3.1 引言 3.2 新产品创意的模糊综合评判 3.2.1 因素集与评语集的确定 3.2.2 单因素评价 3.2.3 由 $\mu$ 导出U到V的模糊关系——综合评判矩阵 3.2.4 综合评价 3.2.5 评语打分 3.3 O-1规划模型 3.4 应用举例 3.5 小结 参考文献第4章 新产品市场投放策略的研究 4.1 引言 4.2 新产品市场投放的时间控制问题 4.2.1 问题的描述 4.2.2 模型的建立 4.2.3 算法设计 4.3 仿真结果与分析 4.4 小结 参考文献第5章 新产品的生命周期及其收益曲线 5.1 引言 5.2 传统的产品生命周期曲线 5.3 实际的产品生命周期 5.4 产品收益的数学模型与曲线 5.4.1 稳定增长型 5.4.2 远景开发型 5.4.3 冲击型 5.4.4 混合型 5.5 曲线参数的确定 5.5.1 稳定增长型 5.5.2 远景开发型 5.5.3 冲击型 5.5.4 混合型 5.6 小结 参考文献第6章 新产品的分类与投入选择方法 6.1 引言 6.2 研究背景 6.3 新产品投入计划方法 6.3.1 新产品分类——神经网络方法 6.3.2 确定新产品投入计划——0—1规划方法 6.4 0—1规划的遗传算法 6.4.1 遗传算子定义 6.4.2 遗传算法结构 6.4.3 仿真实例及结果分析 6.5 小结 参考文献第7章 新产品投入的0-1半无限规划方法 7.1 引言 7.2 产品投放市场时间及数学模型的确定 7.2.1 产品投放市场时间的确定 7.2.2 产品投放市场数学模型的确定 7.3 0-1半无限规划的精确解法 7.3.1 算法的基本思想 7.3.2 算法的基本步骤 7.3.3 直线搜索的运用 7.3.4 半无限规划的精确解法计算结果分析 7.4 半无限规划的遗传算法求解 7.4.1 基本的遗传操作 7.4.2 遗传算法操作的改进 7.4.3 算法步骤 7.4.4 遗传算法计算结果及分析 7.5 小结 参考文献第8章 带有资源约束的新产品投入计划模型及其免疫遗传算法 8.1 导言 8.2 免疫系统与免疫遗传算法 8.3 新产品投入计划 8.4 免疫系统的建立 8.5 免疫遗传算法的基本步骤 8.6 数值分析 8.7 小结 参考文献第9章 新产品的组合投入方法研究 9.1 引言 9.2 新产品投入模型 9.2.1 组合营销的概念及互补营销的特点 9.2.2 产品收益曲线 9.2.3 新产品组合投入模型 9.3 组合投入模型的遗传算法 9.3.1 遗传算子定义 9.3.2 遗传算法结构 9.3.3 遗传算法仿真实例 9.4 新产品组合投入模型的PSO算法 9.4.1 PSO算法的产生 9.4.2 基本PSO算法 9.4.3 组合投入模型的PSO算法结构 9.4.4 组合投入模型的PSO算法 9.4.5 PSO算法仿真实例及结果分析 9.5 小结 参考文献第10章 数字产品定价方法研究 10.1 引言 10.2 常规的信息产品定价方法 10.2.1 捆绑定价策略 10.2.2 信息共享策略 10.2.3 价格歧视策略 10.2.4 信息商品动态定价策略最新动态 10.3 随机逼近的定价方法 10.4 基于需求敏感的团体购买折扣模型 10.4.1 模型的基本思路 10.4.2 数字产品的成本结构 10.4.3 例子及分析 10.5 小结 参考文献第11章 多产品定价方法研究 11.1 引言 11.2 多产品定价模型 11.2.1 问题描述 11.2.2 基于最小购买模式的多产品定价模型 11.2.3 基于最大购买模式的多产品定价模型 11.2.4 基于混合购买模式的多产品定价模型 11.3 遗传算法设计 11.3.1 基于最小购买模式定价模型的遗传算子 11.3.2 基于最大购买模式定价模型的遗传算子 11.3.3 混合购买模式定价模型的遗传算子 11.3.4 遗传算法步骤 11.4 仿真实例 11.5 小结 参考文献第12章 混合成套产品定价的最小矩阵解法 12.1 引言 12.2 成套产品定价方法回顾 12.2.1 问题描述 12.2.2 产品单卖时的总收益 12.2.3 纯成套产品定价出售的总收益 12.2.4 混合成套产品定价方法 12.3 混合成套产品定价模型的最小价格矩阵求解 12.3.1 算法的基本思想 12.3.2 算法的基本步骤 12.3.3 算法的复杂度分析 12.4 算例 12.5 小结 参考文献第13章 新产品投入决策中的优化算法简介 13.1 遗传算法简介 13.1.1 遗传

<<新产品投入决策中的建模与优化方>>

算法的一般结构和特点    13.1.2 遗传算法的要素    13.2 PSO算法简介    13.2.1 PSO算法的形成  
13.2.2 对社会行为的模拟    13.2.3 PSO算法的雏形    13.2.4 PSO算法的一般结构    13.2.5 PSO算法  
的其他改进方法    13.3 半无限规划算法简介    参考文献结束语

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>