第一图书网, tushu007.com

<<创新管理与新产品开发>>

图书基本信息

书名：<<创新管理与新产品开发>>

13位ISBN编号：9787509208182

10位ISBN编号：7509208181

出版时间：2012-1

出版时间：中国市场

作者：保罗·特罗特

页数：482

字数：658000

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

这本《创新管理与新产品开发(第4版修订版)》由保罗·特罗特著，吴东、严琳译，是皮尔森教育·金融时报出版集团权威产品，在世界上拥有最广大的读者群，被全球各大高等学校和中国国家重点大学选为教材。

《创新管理与新产品开发(第4版修订版)》全面引入创新管理的概念。

强调把创新与新产品开发视为管理过程。
介绍了很多重要的创新性课题和最新的研究成果，是一本重要的实用指南。

书中鲜明地指出创新与新产品开发是企业的整体策略而非单一的职能，企业必须密切技术创新与新产品开发的关系。
这一观点对于正确实施技术创新与新产品开发具有重要的指导价值。
全书从经营战略的高度统帅了技术创新与新产品开发活动，并密切关注建立开放的组织架构以吸纳全方位的创新资源。
强调企业的知识管理和知识产权管理。
本书还吸纳了当今创新非常重要和关键的开放式创新的思想和企业间动态联盟的思想。
并配备了足够的案例帮助学习与实践创新管理范式。

第一图书网, tushu007.com

作者简介

作者:(英)保罗·特罗特(Paul Trott)

书籍目录

加强技术创新与新产品开发
创新是战略性运营
寄语：创新的精髓
本书计划
第一部分 创新管理的概念
01 创新管理的过程
02 创新的经济和市场策略
03 管理组织中的创新
04 创新和运营管理
05 知识产权管理
第二部分 技术和知识管理
06 组织知识管理
07 战略联盟与网络
08 研发管理与经营战略
09 研发项目管理
10 开放式创新和技术转移
第三部分 新产品开发
11 产品和品牌战略
12 新产品开发
13 包装和产品开发
14 新服务创新
15 市场调研及其对新产品开发的影响
16 管理新产品开发过程
附录1 网站资源
附录2 参考文献
附录3 推荐阅读

章节摘录

领导者／进攻　这种战略的核心基于已获得的垄断地位。
在这种情况下是技术上的垄断，其目标是确保其投入市场的产品领先于对手。
这就决定了公司采取高价策略以尽早获利，还是在已有的较高市场占有率上采取渗透策略。
这一战略要求具有重要意义的研发活动，以及利用市场固有资源去推出新产品。
这可能会涉及新产品的教育因素，例如宝丽莱的方便胶片和苹果公司的个人电脑。
快速跟随者／防御　这种战略要求坚实的技术基础以便公司通过降低产品的成本、改变产品的设计、增加产品的性能等开发原有产品的改进版。
公司在制造、设计、开发以及市场等方面需要很敏捷的反应。
这将使其能够对首先投入市场的那些公司作出快速的反应。
在手机市场，阿尔卡特公司、Sagem公司和三星公司能够快速地将新手机投放市场。
虽然这些企业在技术创新方面无法与诺基亚公司、摩托罗拉公司、西门子公司和索尼一爱立信公司竞争，但是它们依然为其投资者产生利润和回报（见第10章的案例分析）。
没有任何内部研发，它们的反应就会减慢，因为这大量涉及对知识和技术的学习和理解力。
很多情况下前两种战略是由公司本身来决定的，特别在对手展开残酷竞争的情况下，有些时候一个公司可能是产品开发的市场领导者，后来发现自己在接下去的产品开发中是对手的跟随者这就是通常所指的健康竞争，是政府积极支持的现象。
成本最小化／模仿　这种战略是基于低成本制造商采用的，并且其成功取决于在制造过程中获得规模经济。
这类公司也要求在生产和流程工程中具备杰出技术和能力。
很明显这类似于防御战略.因为这类公司也需要跟随其他公司，只不过其技术库通常开发得不如上述两种战略那么好。
其技术通常是被其他公司授权的，然而，同样可能获得极大的成功，根据其市场占.有率甚至可以成为市场领导者。
惠普在个人电脑市场就得到了这种地位，这源于对IBM公司的个人电脑的克隆，但其价格低廉并且质量超群。
……

编辑推荐

这本《创新管理与新产品开发(第4版修订版)》由保罗·特罗特著，吴东、严琳译，本书特色包括：
清晰和直接的写作风格提高了学习的理解水平。
大量更新的参考文献和推荐阅读帮助读者发现更多知识及详细探讨有关概念。
每章清晰的开篇为本章晨开了相应的背景，并且提供了本章各节的目录。
每章开篇的“学习目标”清楚地强调了本章将要探讨的关键领域。
金融时报(Financial Times)的主题文章阐明该主题在更广阔的商界是如何进行讨论的。
每章的“本章小结”提供了修正和检验对本章理解的一个有用手段。
书中丰富的“实例”使读者理解有关结论。
这有助于使理论问题相对生动并且将它置于实际背景中。
每章末尾都有内容充实的“案例研究”探讨在实际企业运行中的有关问题。
书中附录列出大量的参考网站把读者引领到更多的资源。

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