

<<预警管理 产品开发预警管理>>

图书基本信息

书名：<<预警管理 产品开发预警管理>>

13位ISBN编号：9787537521628

10位ISBN编号：753752162X

出版时间：1999-12

出版时间：河北科学技术出版社

作者：胡树华

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>

## 作者简介

### 作者简介

胡树华 男, 1961年

生, 博士。

武汉汽车工业大学

教授、博士生导师、战略与管理研究中心主任。

已出版专著

4部：《价值工程》、《企业租赁经营》、《技术经济原理与方法》、《产品创新管理》；  
发表论文86篇，参与教材编写5部。

1994年被评为机械工业

部跨世纪学术骨干，1997年获

中国汽车工业优秀青年科技人

才奖。

现为湖北省技术经济与管

理现代化研究会理事兼青年分

会会长、中国技术经济研究会

高校分会副主任委员、中国价

值工程协会副主任委员。

书籍目录

目录

第一章 绪论

- 一、现代工业企业经营战略的转移
  - (一) 系统平衡与企业战略转移
  - (二) 企业的生产与促销时代
  - (三) 企业的产品开发时代
- 二、政府对企业产品开发的支持作用
- 三、国外产品创新管理研究重点概述
- 四、国内产品创新管理研究概况
- 五、本书理论体系

第二章 产品创新原理

- 一、产品创新概念
  - (一) 产品创新的三维概念
  - (二) 企业产品创新的意义
- 二、生命科学成果的借鉴意义
- 三、产品创新原理
  - (一) 产品基因原理
  - (二) 产品生物原理
  - (三) 产品群落原理
  - (四) 产品生态原理
- 四、产品创新管理原则
- 五、产品创新管理的生命子系统
  - (一) 创新管理子系统及职能
  - (二) 生物型管理概念的运用

第三章 产品创新战略与模式      战略管理  
工具

- 一、产品创新战略的制定程序
  - (一) 产品创新战略的制定原则
  - (二) 产品创新战略的制定程序
  - (三) 企业经营环境分析
  - (四) 企业技术开发能力分析
- 二、产品创新战略体系
  - (一) 产品创新战略维度
  - (二) 产品创新战略体系
- 三、新产品市场扩展的S曲线规律
  - (一) 新产品市场扩展的分析模型
  - (二) 新产品扩展的作用链
  - (三) 新产品市场扩展的曲线轨迹
  - (四) 新产品市场扩展的行为参数
- 四、产品生命周期的创新战略分布
  - (一) 产品生命周期概念
  - (二) 产品生命周期的特殊图形
  - (三) 生命周期的产品值域规律
  - (四) 产品生命周期的战略分布
- 五、产品创新战略模式的组合模型

<<预警管理 产品开发预警管理>>

- (一) 产品创新模式组合的条件约束
- (二) 产品创新战略模式的统计选择模型

第四章 企业产品开发组织 组织管理  
工具

一、企业产品开发机构的基本类型

- (一) 水平分工型
- (二) 垂直分级型
- (三) 集中型
- (四) 机构类型的比较

二、企业产品开发的动态组织 并行工程

- (一) 并行工程的发展概况
- (二) 并行工程的技术方法
- (三) 项目小组的组织管理

三、企业产品开发的对外联盟

- (一) 日本的企业纵横联盟
- (二) 美国的企业动态联盟

第五章 企业产品结构 产品群管理  
工具

一、企业产品结构的基本概念

- (一) 企业产品结构的基本组成
- (二) 企业产品结构的基本类型

二、企业产品结构的维度

- (一) 产品效益结构
- (二) 产品技术结构
- (三) 产品市场结构
- (四) 产品网链结构

三、企业产品结构的优化对策和方法

- (一) 企业产品结构调整的战略类型
- (二) 企业产品结构的优化模式
- (三) 现有产品的分类评价
- (四) 产品线扩展与优化分析
- (五) 产品产量优化模型

四、企业关键产品的选择认定

- (一) 企业主导产品选择
- (二) 企业先导产品选择
- (三) 企业产品链群的认定

五、产品开发项目组合分析

- (一) 项目组合选择模型
- (二) 项目组合分析程序

第六章 产品功能规划 市场导向工具

一、功能的产品设计作用

- (一) 功能与产品
- (二) 功能与成本的导向作用
- (三) 功能系统图

二、功能元及其实现

- (一) 功能与功能载体
- (二) 性质类功能元

<<预警管理 产品开发预警管理>>

(三) 原理类功能元

三、功能的规划方法

- (一) 整体功能规划步骤
- (二) 功能规划的信息来源
- (三) 整体功能的市场搜索
- (四) 整体功能的技术搜索
- (五) 功能的分解与组合
- (六) 设计功能定义

四、功能水平定位

- (一) 功能水平的概念
- (二) 功能水平定位模型
- (三) 功能水平定位策略
- (四) 功能水平量化

第七章 产品成本设计 成本管理工具

一、成本的产品设计作用

- (一) 产品成本与产品设计
- (二) 成本的导向约束作用
- (三) 产品成本目标系统

二、产品成本设计原理

- (一) 产品成本设计的概念
- (二) 产品成本设计原理
- (三) 产品成本设计的要素与特征
- (四) 产品成本设计的程序与原则

三、产品成本设计方法

- (一) 最大限值设计法
- (二) 最小限值设计法
- (三) 综合优化设计法
- (四) 成本分解方法

第八章 面向可持续发展的产品创新 绿色

产品创新工具

一、可持续发展与产品创新

二、绿色产品创新管理系统

- (一) 绿色产品的概念与特征
- (二) 绿色产品创新的三维管理系统

三、绿色产品设计方法

- (一) 绿色产品的设计原则
- (二) 产品的可再生设计
- (三) 产品的可拆卸设计

第九章 新产品评价与成败分析 预警管理

工具

一、新产品三维评价

二、新产品系统层次评价

三、新产品加权综合评价

四、新产品模糊综合评价

五、新产品成败实证调查

- (一) 新产品成败的统计特征及分析意义
- (二) 调查方案设计

(三) 数据收集

六、新产品成败因素鉴别分析

(一) 成败因素判别模型

(二) 成败因素鉴别分析

七、新产品成败的维度分析

(一) 成败的维度识别模型

(二) 成败的维度分析

八、新产品成败的判别与预测

(一) 成败判别模型

(二) 成败判别与预测分析

参考文献

后记

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>