第一图书网, tushu007.com

<<产品开发>>

图书基本信息

书名：<<产品开发>>

13位ISBN编号：9787810506786

10位ISBN编号：7810506781

出版时间：2001-10-01

出版时间：东南大学出版社

作者：周根然//陈富林//黄仲明//郑继昌

页数：69

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

第一图书网, tushu007.com

内容概要

《现代工业训练教程：产品开发》是结集香港理工大学工业中心与内地多所著名学府的工程师及学者的经验及知识所编写而成，内容不但广涉各种工业工艺知识，更具体介绍工业中心的训练目的、内容、编排、要求及考评等，相信对于内地的工业训练中心有一定的参考价值。

书籍目录

0　Practical Training in IC1产品与新产品的基本概念1.1产品的整体概念1.1.1产品整体概念1.1.2产品寿命周期理论1.2新产品概念1.2.1新产品的特点1.2.2新产品开发的重要性1.3新产品的创意源泉1.3.1灵感与创意1.3.2创意的培养2产品开发的市场分析研究2.1市场分析研究概述2.1.1市场分析研究的意义2.1.2市场分析研究的内容2.2市场调查研究的程序与方法2.2.1市场调查研究的程序2.2.2市场调查研究的方法2.3市场需求预测2.3.1市场预测的含义与程序2.3.2市场预测的内容2.3.3市场需求预测的基本方法3产品设计导向3.1产品设计的个性化导向3.1.1产品的个性化是时代的要求3.1.2个性化产品设计应考虑的因素3.2产品设计的适用性导向3.2.1密切注视新产品应用新科技的可能性3.2.2产品的实用性3.3产品设计的心理导向3.3.1产品的心理功能3.3 2产品开发的心理信息捕捉3.4产品设计的灵活性导向3.5产品设计的优势化导向3.6产品设计的民族化导向4新产品开发方向4.1行行都有新产品4.2典型产品开发方向4.2.1高科技产品4.2.2实用新型产品4.3机遇产品4.4在已有的产品上开发5产品开发过程策划5.1产品开发策划的程序5.1.1市场调研与决策5.1.2概念开发5.1.3样本开发5.1.4市场开发5.1.5正式上市5.2产品开发策略5.2.1进攻型策略5.2.2模仿型策略5.2.3拾遗补缺策略5.2.4创造需求策略6新产品推出策划6.1产品定位策划6.1.1产品定位策划概述6.1.2产品定位策划的原则6.1.3产品产位策划的程序6.1.4产品定位策略6.1.5产品定位方法6.2产品品牌策划6.2.1品牌与商标6.2.2品牌策划的核心是品牌名称与品牌标志6.2.3品牌策划的基本程序6.2.4品牌策略选择6.2.5商标策略策划6.3产品包装策划6.3.1包装策划的意义6.3.2包装策划的基本要求6.3.3包装策划要素6.3.4包装策划的过程6.3.5包装策划六大原则6.3.6包装策划十八策略6.4产品定价策划6.4.1定价策划的程序6.4.2消费者价格心理研究6.4.3定价策划可借鉴的策略……7快速成型参考文献

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