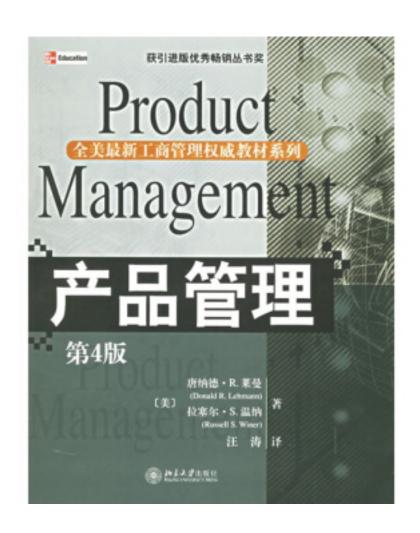
## 全美最新工商管理权威教材译丛·产品管理(第4版)



全美最新工商管理权威教材译丛・产品管理(第4版) 下载链接1

著者:[美] 莱曼等著,汪涛译

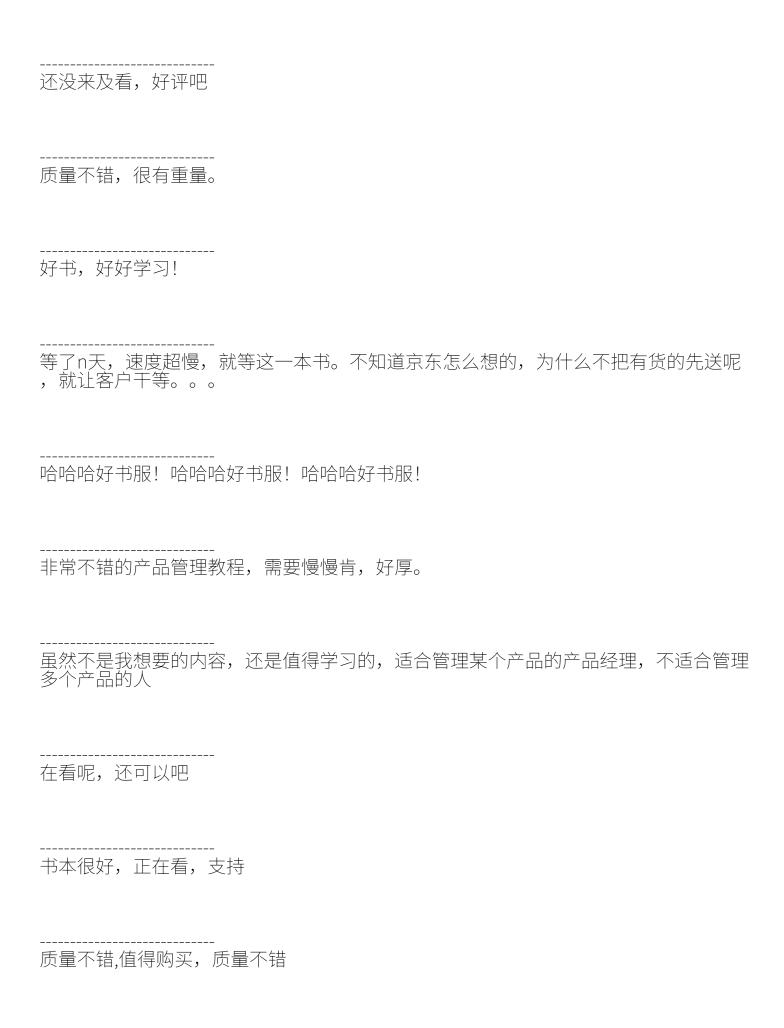
全美最新工商管理权威教材译丛・产品管理(第4版)\_下载链接1\_

## 标签

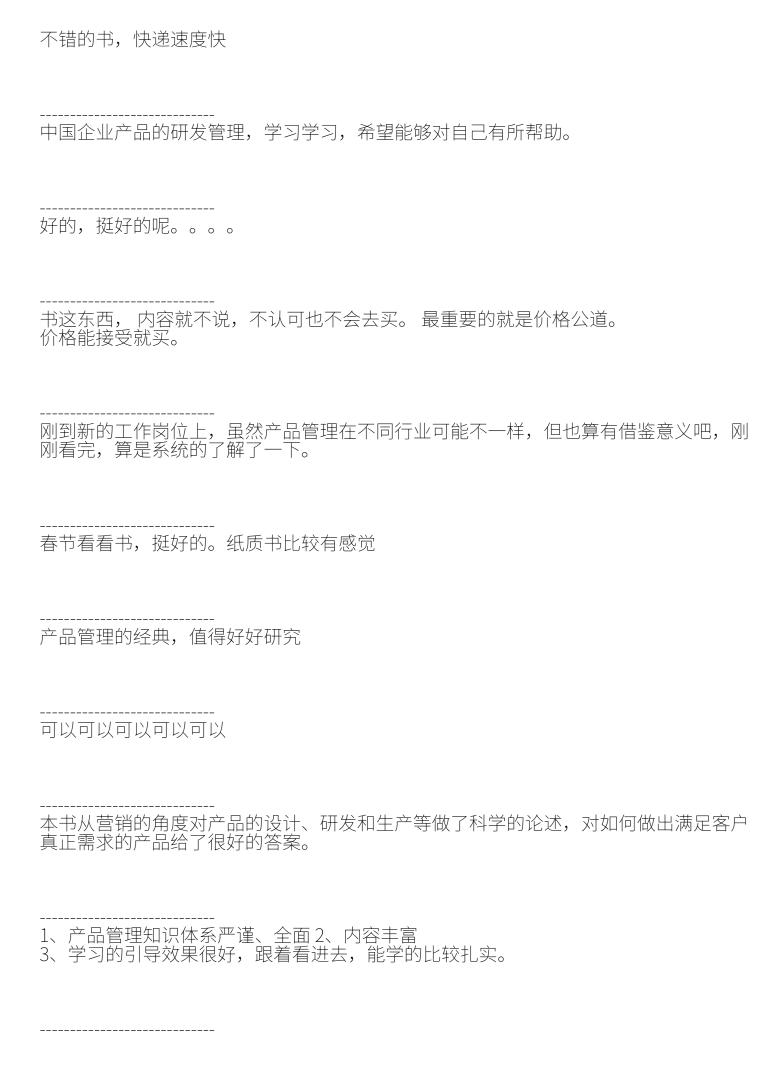
## 评论

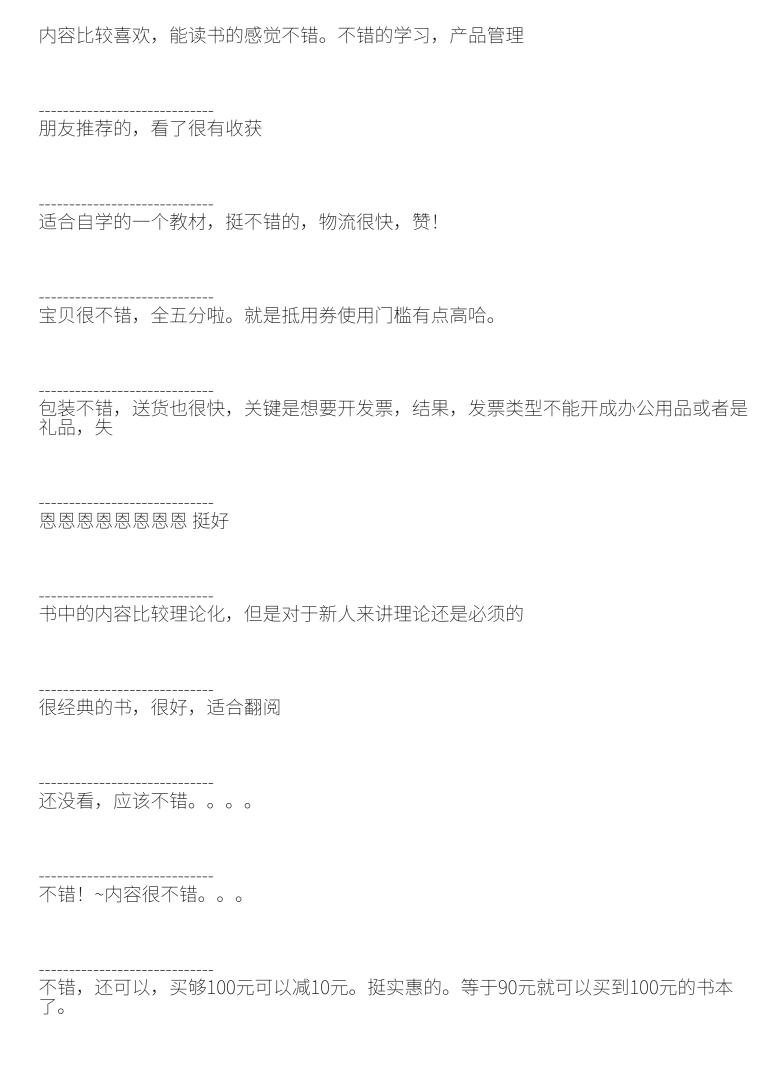
经常缺货,终于买到了。经典之作拜读一下,以备不时之需!

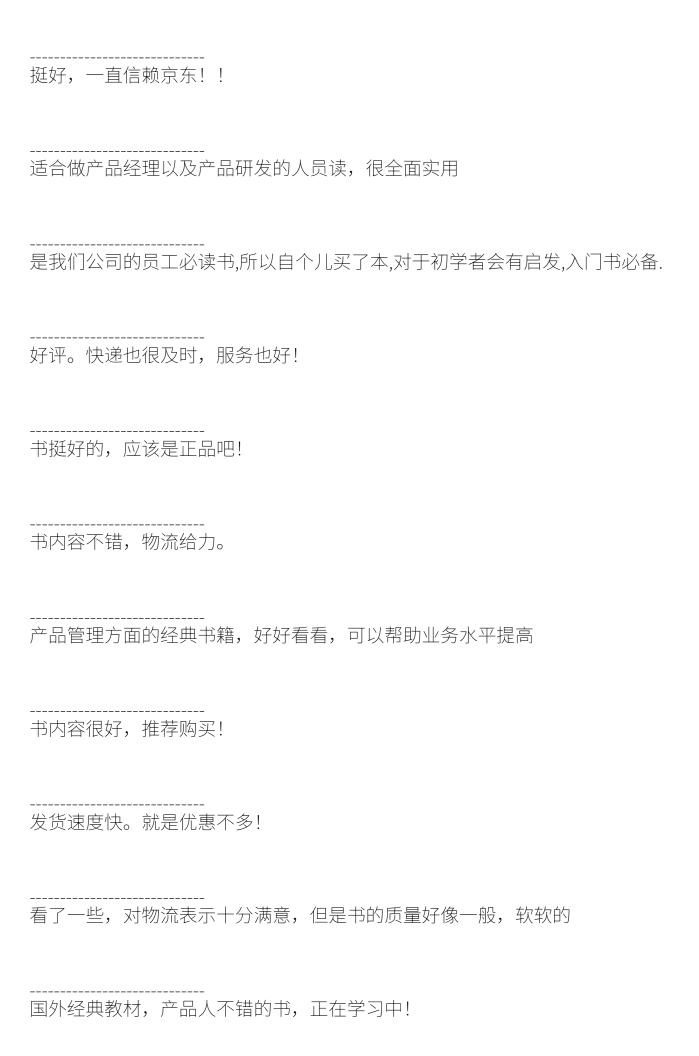
生涩难懂,闲的很专业。但我不喜欢老外写的书,尤其翻译不咋地的版本
 有点像盗版的。价也贵
 书质量不错,期待看看
 书破了 不过就这样吧 这样吧
 还没看完。希望能有用

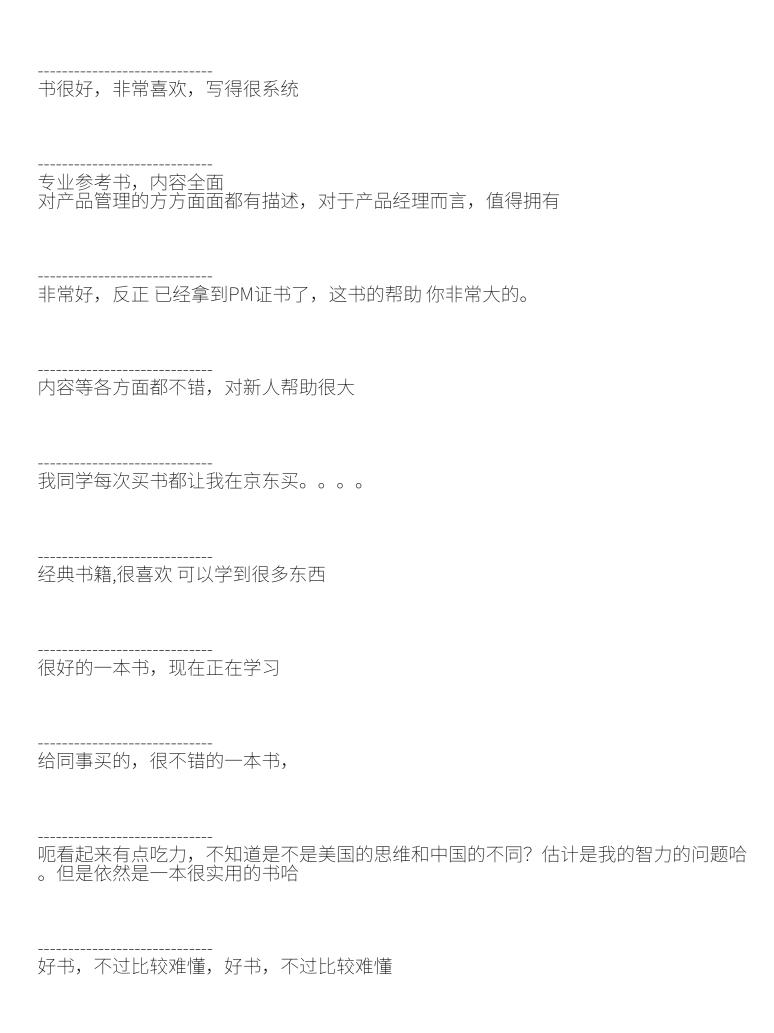


 好书值得读,好书值得读
 书很好看,质量也很好,京东快递没的说
 书籍挺好,努力学习中!!
 是正品,跟我以前那本一样,很好
 书不错,很适合做产品管理的看
 看来双十一发货多,所以外包装有磨损了点,不过东西很好.









看了一些,还不错,只得仔细研究
东西很好,很不错,体验很好
拿积分拿积分拿积分拿积分

学习一下管理,提升一下自己的能力
公司战略转型,部门人手一本读物。
 领导给买的,要求阅读,还让写读后感,我晕!
 质量和书店卖的一样,价钱便宜了很多
随便看看,闲来无事翻翻读读!
 非常好的一本书
 理论知识为主,还是要有点经验再看这书。
 不错的经典书籍,纸的购买。

书不错拜读学习学习
帮同事代购的,同事说不错。
立志产品经理的入门教科书,值得一读
系统的讲解了产品管理相关的知识,还在仔细研读中
产品经理的一系列好书
这书不错,满足需要。挺好的。
 慢慢品读摸索,期待学习
 既然是经典,我想必有他的优点之处·

 努力看书学习 努力,还需要好好看书!
 很不错,非常喜欢这本书
 内容详细,印刷不错,很喜欢,值得购买
 不错,比较权威的书~~~
内容非常丰富,很好的教科书。
 看起来不错,还没细看质量过关
 非常详细的
 好书,好好看,适合学市场的人

写的不错,很值得推荐

很好的书,适用于所有产品经理
产品管理教材,产品经理入门教材
质量好 送货快 服务态度好
 还是不错滴还是不错滴
 好书大家看好书大家看
 很不错,很好!!!!
 东西很好!!! 东西很好!!! 东西很好!!!
 很好很好很好很好很好很好
 看了一下,感觉不错!!!!!!!!

 慢慢读,太大本了!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!
 理论性比较强,比较系统。

书不错,但是被磕了一个坑
 错不错,好书,有收获,不过这个也因人而异
参加了一个产品类的培训,讲师推荐的书
内容好,纸质一般,还木有看。
看着可以,还没有细看。

 打开看了一下感觉还不错,是一个领导推荐的。
 纸张差了点,内容应该不错。
 发货速度快,书是正品
 虽然讲的是传统产品,但是对it行业有借鉴意义。
 值得一读,在文化堕落的今天
 还没看,感觉还可以。
 内容不错,值得好好的阅读,不错
 实用度不高,但可以全面学习
 还可以不错还可以不错

总的来说,感觉还可以。

还没看完,估计要一个月才能看完,不过看了简介应该不错
 帮领导买的。。。。。。

-----

题提供—种基本的方法。

aaaaaaaaaaaaaaaaaaaaaa

京东商城自2004年初涉足电子商务领域以来,专注于该领域的长足发展,凭借在3C领域的深厚积淀,先后组建了上海及广州全资子公司,将华北、华东和华南三点连成一线,使全国大部分地区都覆盖在京东商城的物流配送网络之下;同时不断加强和充实公司的技术实力,改进并完善售后服务、物流配送及JD logo

市场推广等各方面的软、硬件设施和服务条件。京东商城组建以北京、上海、广州和成都、沈阳、西安为中心的六大物流平台,以期能为全国用户提供更加快捷的配送服务,进一步深化和拓展公司的业务空间。

作为中国B2C市场的3C网购专业平台,京东商城无论在访问量、点击率、销售量以及业内知名度和影响力上,都在国内3C网购平台中具有较大影响力。2007年京东商城销售额超过3.5亿元人民币,实现了连续三年300%的增长。而在2008年北京奥运会到来之际,京东商城的销售额有望突破12亿元人民币。

未来,京东商城将坚持以"产品、价格、服务"为中心的发展战略,不断增强信息系统、产品操作和物流技术三大核心竞争力,始终以服务、创新和消费者价值最大化为发展目标。

自2004年初正式涉足电子商务领域以来,京东商城一直保持高速成长,连续八年增长率均超过200%。截至2012年12月底,中国网络零售市场交易规模达13205亿元,同比增长64.7%。国内的两家电商公司,阿里巴巴和京东商城,阿里巴巴2012年交易额增长超100%,京东商城则接近200%。

刚收到此书还没看,但是一拆开就看到后面的破损好几处,顿时心就凉了。退换麻烦, 不退心里别扭。还好客服态度很好。希望能仔细一些吧。桑不起啊。。

公司的一项基本任务就是营销其产品和服务。本书关注的是那些对公司的产品和服务在市场上获得成功负有主要责任的人们。在许多公司,尤其是在包装类产品的公司,负责此活动的人拥有"产品经理"的头衔。正如我们在第一章中所提到的,尽管这个头衔并不总是相同,但在公司里总有一个人是或应当是产品的"专家",高层经理能将执行营销计划的任务分配给他,他也会因产品业绩而得到提升或降职。产品经理的工作正变得越来越复杂。除了其他原因外,还由于信息技术的变化、因特网的传播和进步、日益加剧的全球竞争以及变化的顾客需要和欲望等,产品经理的任务包括不断地收集和综合信息、预测竞争和市场状况的变化、修订市场战略以及调整价格和沟通等决策以适应变化的市场状况。此外,与组织的其他部门(例如销售和运营部门)和外部群体(例如供应商和渠道)合作也是十分重要的。本书的目的在于为解决这些问

第四版《产品管理》覆盖了一般营销者特别是产品经理所面临的三类主要任务:

(1) 分析市场。 (2) 为产品或服务制订目标和战略。

(3)制订价格、广告、促销、分销渠道以及服务等策略。 我们将营销计划的制订作为一个统一的框架,该过程整合了这三类任务,并提供了品牌的历史、前景和希望的一份书面记录。为什么写这本书许多优秀的教科书都涉及了营销管理和战略问题。这些书或者是对营销管理的一般性介绍,或者单独关注战略问题。看待现有教科书的一种方式是将它们与工作责任相联系。一般性的营销管理教材非常适合于将营销概念介绍给组织中的所有雇员。战略类的书籍更高级一些,它更适合于高级营销经理,如产品群经理、营销副总裁等。这些人通常管理产品"组合",有时还要管理产品经理的"组合"。

本以为对工作有些帮助,翻了翻不是很用的上。。 公司的一项基本任务就是营销其产品和服务。本书关注的是那些对公司的产品和服务在市场上获得成功负有主要责任的人们。在许多公司,尤其是在包装类产品的公司,负责此活动的人拥有"产品经理"的头衔。正如我们在第一章中所提到的,尽管这个头衔并不总是相同,但在公司里总有一个人是或应当是产品的"专家",高层经理能将执行营销计划的任务分配给他,他也会因产品业绩而得到提升或降职。产品经理的工作正变得越来越复杂。除了其他原因外,还由于信息技术的变化、因特网的传播和进步、日益加剧的全球竞争以及变化的顾客需要和欲望等,产品经理的任务包的传播和进步、日益加剧的全球竞争以为变化的顾客需要和欲望等,产品经理的任务包括不断地收集和综合信息、预测竞争和市场状况的变化、修订市场战略以及调整价格和沟通等决策以适应变化的市场状况。此外,与组织的其他部门(例如销售和运营部门)和外部群体(例如供应商和渠道)合作也是十分重要的。本书的目的在于为解决这些问题提供一种基本的方法。

为四版《》的首注》复画了《极言特有特别定》的经理所面临。 (1)分析市场。 (2)为产品或服务制订目标和战略。

(3)制订价格、广告、促销、分销渠道以及服务等策略。 我们将营销计划的制订作为一个统一的框架,该过程整合了这三类任务,并提供了品牌的历史、前景和希望的一份书面记录。为什么写这本书许多优秀的教科书都涉及了营销管理和战略问题。这些书或者是对营销管理的一般性介绍,或者单独关注战略问题。看待现有教科书的一种方式是将它们与工作责任相联系。一般性的营销管理教材非常适合于将营销概念介绍给组织中的所有雇员。战略类的书籍更高级一些,它更适合于高级营销经理,如产品群经理、营销副总裁等。这些人通常管理产品"组合",有时还要管理产品经理的"组合"。

京东商城是中国B2C市场最大的3C网购专业平台。是中国电子商务领域最受消费者欢迎和最具影响力的电子商务网站之一。京东商城秉承"以人为本的服务理念,全程为个人用户和企业用户提供人性化的"亲情360"全方位服务,努力为用户创造亲切、轻松和愉悦的购物环境;不断丰富产品结构,以期最大化地满足消费者日趋多样的购物需求。相较于同类电子商务网站,京东商城拥有更为丰富的商品种类,并凭借更具竞争力的价格和逐渐完善的物流配送体系等各项优势,赢得市场占有率多年稳居行业首位的骄人成绩。

京东商城自2004年初涉足电子商务领域以来,专注于该领域的长足发展,凭借在3C领域的深厚积淀,秉承"先人后企"的发展理念,奉行"合作、诚信、交友"的经营理念,先后组建了上海及广州全资子公司,富有战略远见地将华北、华东和华南三点连成一线,使全国大部分地区都覆盖在京东商城的物流配送网络之下;同时不断加强和充实公司的技术实力,改进并完善售后服务、物流配送及市场推广等各方面的软、硬件设施和服务条件。根据战略规划,京东商城将组建以北京、上海、广州和成都为中心的四大物流平台,以期能为全国用户提供更加快捷的配送服务,进一步深化和拓展公司的业务空

间。 JD logo 作为中国B2C市场最大的3C网购专业平台,京东商城无论在访问量、点击率、销售量以 及业内知名度和影响力上,都在国内3C网购平台中首屈一指。2007年京东商城销售额 超过3.5亿元人民币,实现了连续三年300%的增长。而在2008年北京奥运会到来之际, 京东商城的销售额有望突破12亿元人民币。

京东商城的飞速发展和良好前景赢得了国际著名风险投资基金的青睐。2007年,京东商城迎来了第一笔风险投资,这无疑为京东商城的迅猛发展注入一支强心剂。伴随着京东商城的超速发展,京东商城将为合作伙伴提供更广阔的发展平台、为广大用户提供便到可靠的京品质网络表现双分

利可靠的高品质网购专业平台。

未来,京东商城将坚持以"产品、价格、服务"为中心的发展战略,不断增强信息系统、产品操作和物流技术三大核心竞争力,始终以服务、创新和消费者价值最大化为发展目标,不仅将京东商城打造成国内最具价值的B2C电子商务网站,更要成为中国3C电子商务领域的翘楚,引领高品质时尚生活。

自2004年初正式涉足电子商务领域以来,京东商城一直保持高速成长,连续八年增长

率均超过200%。

截至2012年12月底,中国网络零售市场交易规模达13205亿元,同比增长64.7%。国内最大的两家电商公司,阿里巴巴和京东商城,阿里巴巴2012年交易额增长超100%,京东商城则接近200%。

\_\_\_\_\_

全美最新工商管理权威教材译丛・产品管理(第4版) 下载链接1

书评

全美最新工商管理权威教材译丛・产品管理(第4版) 下载链接1