

100-2 大葉大學 完整版課綱

基本資訊

課程名稱	新產品開發	科目序號 / 代號	0415 / IDD3074
開課系所	工業設計學系	學制 / 班級	大學日間部3年1班
任課教師	魏本崙	專兼任別	兼任
必選修 / 學分數	選修 / 2	畢業班 / 非畢業班	非畢業班
上課時段 / 地點	(二)9A / P301	授課語言別	中文

課程簡介

1. 了解新產品開發趨勢的方法
2. 了解新產品開發過程之模糊前期之定性研究方法
3. 如何達成整合新產品開發團隊之目標
4. 了解如何將產品開發與策略規劃和品牌管理結合起來之方法
5. 透過上列諸項的認知，擬訂一份新產品開發計畫書
6. 產品案例企劃分組討論與分組觀摩報告
7. 以小組主題方式參訪業界或法人機構，達成對相關設計產業之認知及理論與實務之緊密結合






課程大綱

1. 從消費者及工業市場，了解新產品開發趨勢的方法
2. 了解新產品開發過程之模糊前期之定性研究方法
3. 整合新產品開發團隊
4. 確定產品機會到項目批准和專利申請之完整產品開發程序
5. 將產品開發與策略規劃和品牌管理結合起來之方法
6. 案例分析與整合性新產品開發
7. 如何撰寫一份新產品開發計畫書之實務教學

基本能力或先修課程

1. 創新與創意思維
2. 具備產品設計基礎能力
3. 跨領域之溝通與協同合作能力
4. 初步認知產品企劃實務

課程與系所基本素養及核心能力之關連

-  美學知識與涵養
-  工程科技之應用
-  使用者導向之創新
-  跨領域創新整合
-  創意表達與溝通能力

教學計畫表

系所核心能力	權重(%) 【A】	檢核能力指標(績效指 標)	教學策略	評量方法及配分 權重	核心能力 學習成績 【B】	期末學習 成績 【C=B*A 】
美學知識與涵養	10%	具有美學涵養，瞭解形、色、質等美學原理	小組討論 校外參訪 小組合作 專題報告	分組報告: 15% 期中考: 20% 期末考: 20% 課堂討論: 10% 小組合作狀況: 10% 書面報告: 10% 上課筆記: 15%	加總: 100	10
工程科技之應用	20%	具備基本的物理學、力學、機構學等工學知識 具備材料、成形、加工、組裝、表面處理等生產製造相關知識 具備人因、認知心理學、介面設計等知識 對新科技的瞭解與掌握	小組討論 校外參訪 小組合作 專題報告	分組報告: 15% 期中考: 20% 期末考: 20% 課堂討論: 10% 小組合作狀況: 10% 書面報告: 10% 上課筆記: 15%	加總: 100	20
使用者導向之創新	30%	對消費者生活型態與文化的瞭解 對消費者需求與行為的掌握 使用者導向的創新思維與能力	小組討論 校外參訪 小組合作 專題報告	分組報告: 15% 期中考: 20% 期末考: 20% 課堂討論: 10% 小組合作狀況: 10% 書面報告: 10% 上課筆記: 15%	加總: 100	30
跨領域創新整合	25%	具備邏輯思辨的能力 具備認知心理學基本知識 對設計程序與方法的瞭解 跨領域整合創新的能力	小組討論 校外參訪 小組合作 專題報告	分組報告: 15% 期中考: 20% 期末考: 20% 課堂討論: 10% 小組合作狀況: 10% 書面報告: 10% 上課筆記: 15%	加總: 100	25
創意表達與溝通能力	15%	能以徒手畫圖、電腦繪圖、電腦動畫、模型製作、攝影、裱板製作等表達設計構想 具有良好的口頭及書面表達能力	小組討論 校外參訪 小組合作 專題報告	分組報告: 15% 期中考: 20% 期末考: 20% 課堂討論: 10% 小組合作狀況: 10% 書面報告: 10% 上課筆記: 15%	加總: 100	15

成績稽核

期中考: 20%

期末考: 20%

上課筆記: 15%

分組報告: 15%

書面報告: 10%

課堂討論: 10%

小組合作狀況: 10%

教科書(尊重智慧財產權，請用正版教科書，勿非法影印他人著作)

書名	作者	譯者	出版社	出版年
創造突破性產品--以產品策略到項目定案的創新	Cagan Jonathan	辛向陽,潘龍譯	機械工業出版社	0

參考教材及專業期刊導讀(尊重智慧財產權，請用正版教科書，勿非法影印他人著作)

書名	作者	譯者	出版社	出版年
無參考教材及專業期刊導讀				

上課進度		分配時數(%)				
週次	教學內容	講授	示範	習作	實驗	其他
1	課程介紹/分組/指定書報及產業趨勢等議題	100				
2	問題：Chap.1新產品開發的驅動力	80				20
3	Chap.2移向產品價值的右上角	80				20
4	Chap.3價值象限	80				20
5	Chap.4成功品牌策略的核心	80				20
6	期中新產品（草案）發表			100		
7	期中新產品（草案）發表			100		
8	期中考					100
9	校外參訪：工業研究院（產服中心、創意中心）、業界					100
10	解決方法：Chap.5以客戶為中心的一體化新產品開發綜合途徑	80				20
11	Chap.6整合不同領域、管理多樣化團隊	80				20
12	Chap.7了解客戶需求、要求與願望	80				20
13	書報分組討論及報告			100		
14	實踐檢驗：Chap.8案例研究：右上角的趨勢	80				20
15	Chap.9汽車設計：通過以用戶為中心的一體化新產品開發手段使之脫穎而出	80				20
16	期末新產品發表			100		

17	期末新產品發表
18	期末考

100

100