

101-2 大葉大學 完整版課綱

基本資訊			
課程名稱	新產品發展管理	科目序號 / 代號	1537 / BAB2006
開課系所	企業管理學系	學制 / 班級	進修學士班2年1班
任課教師	曾健民	專兼任別	兼任
必選修 / 學分數	必修 / 3	畢業班 / 非畢業班	非畢業班
上課時段 / 地點	(五)ABC / B302	授課語言別	中文

課程簡介

A. 企管系教育目標

1. 培育具管理專業能力、擅長溝通、團隊合作、具道德關懷勇氣及創造力之中堅管理人才，而為企業所樂於雇用。
2. 落實管理理論與經營實務並重之學習。

B. 管理學院/企管系核心能力：[占課程之比重]

管理學院 - - 企管系

S (Problem-solving , 解決問題能力) - - Cooperation、Creativity(團隊合作、創造力)：[20%]

C (Communication , 溝通能力) - - Communication(溝通能力)：[0%]

E (Ethics , 倫理觀) - - Concernment (道德關懷)：[0%]

P (Profession專業能力) - - Capability (管理專業能力，包含：一般管理能力、整合創新能力、診斷改善能力、策略規劃能力)：[70%]

C. 本課程特色：

1. 培養學生對新產品開發管理的專業能力，並培養其創造與創新能力 (SEP development)
2. 強調研究能力 (SP development)
3. 重視個案教學 (SCEP development)
4. 強調團隊合作 (SC development)
5. 重視企業與研究倫理 (E development)

For starters, all members of a new products team (often including the leader) live in a functional area of the firm. Marketing people are supposed to help the entire team succeed, so we have to soften any narrow, functional slants. We have to learn to work with scientists, engineers, lawyers, production managers, and so on.

This course of study calls for a strong c r e a t i v e contribution to enable students to get the following training:

- 1.Be multifunctional, not functionally parochial.
- 2.Be risk takers, willing to do whatever is necessary to bring a product to market, including facing the wrath of co-workers.
- 3.Think like a general manager.
- 4.Be a combination of optimist and realist, aggressor and team player, leader and follower.
- 5.Develop your c r e a t i v e skills, both for new product concepts and for new ways of doing things.

6.Be comfortable in chaos and confusion. Learn to work with depressives, euphorics, and those with no emotion at all.

This course includes: Professional Capability 40%, Exploratory Ability 20%, and Communication, Concernment & Courage, Cooperation, Creativity 10% respectively.

課程大綱

Part 1 Overview and Opportunity Identification/Selection Ch.1 ~ Ch.3 (SP development)

Part 2 Concept Generation Ch.4 ~ Ch.7 (SP development)

Part 3 Concept/Project Evaluation Ch.8 ~ Ch.12 (SP development)

Part 4 Development Ch.13 ~ Ch.15 (SCEP development)

Part 5 Launch Ch.16 ~ Ch.20 (SCEP development)

基本能力或先修課程

行銷管理


生產作業管理

財務管理

專案管理

品質管理


課程與系所基本素養及核心能力之關連

 管理專業能力

 道德關懷

 創造力

 團隊合作能力

 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 】
管理專業能力	50%	具備生產、行銷、人事、研發、財務之各領域專業知識及實務能力	講述法 個案討論 影片欣賞	小考: 15% 期中考: 20% 期末考: 20% 作業: 15% 課堂討論: 15% 書面報告: 15%	加總: 100	50

道德關懷	10%	具備人文素養、同理心及對環境的關心	講述法 個案討論 影片欣賞	小考: 15% 期中考: 20% 期末考: 20% 作業: 15% 課堂討論: 15% 書面報告: 15%	加總: 100	10
創造力	20%	產生新穎想法並付諸實行的能力	講述法 個案討論 影片欣賞	小考: 15% 期中考: 20% 期末考: 20% 作業: 15% 課堂討論: 15% 書面報告: 15%	加總: 100	20
團隊合作能力	10%	透過與同儕互動、分工與互助以達成特定目標的能力	講述法 個案討論 影片欣賞	小考: 15% 期中考: 20% 期末考: 20% 作業: 15% 課堂討論: 15% 書面報告: 15%	加總: 100	10
溝通能力	10%	有效傳達與接收資訊、知識的能力	講述法 個案討論 影片欣賞	小考: 15% 期中考: 20% 期末考: 20% 作業: 15% 課堂討論: 15% 書面報告: 15%	加總: 100	10

成績稽核

期中考: 20%
 期末考: 20%
 小考: 15%
 作業: 15%
 書面報告: 15%
 課堂討論: 15%

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
自編講綱	曾健民			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
產品設計與開發 Product Design and Development, 2e	Karl T. Ulrich, Steven D Eppinger	張書文 戴華亭		2002

新產品開發 - 應用行銷工程的新產品開發	朝野熙彥 山中正彥	先鋒5S研究小組	2010
新產品管理New Products Management,8e	Merle Crawford, Anthony Di Benedetto	黃延聰	2007
(創新價值)打造台灣傳奇的60個精品企業經營奧秘	經濟部國際貿易局編印發行	經濟部國際貿易局編印發行	2000
台灣NEC股份有限公司RFID技術及應用	紀駿德		2006

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	導論	100	0	0	0	0
2	新產品設計與開發要點-開發程序	100	0	0	0	0
3	新產品設計與開發要點-利潤導向	50	0	50	0	0
4	新產品設計開發實例介紹	100	0	0	0	0
5	誰在設計、開發新產品	100	0	0	0	0
6	產品開發的另類動力-研發屬性	50	0	50	0	0
7	清明節放假	0	0	0	0	0
8	期中考	0	0	0	0	100
9	行銷與新產品研發。實務案例介紹一	100	0	0	0	0
10	新產品開發與行銷相互配合	100	0	0	0	0
11	環境知識的學習與創新一	50	0	50	0	0
12	環境知識的學習與創新二	100	0	0	0	0
13	新產品開發以務實思考導向	50	0	50	0	0
14	實務案例介紹二RFID射頻辨識系統介紹	100	0	0	0	0
15	實務案例介紹三陽極電溶法介紹	100	0	0	0	0
16	由水平行銷延伸新產品開發	100	0	0	0	0
17	期末複習	0	0	0	0	100
18	期末考	0	0	0	0	100