

99-2 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	2695 / MTB2015
開課系所	行銷與流通管理學系	學制 / 班級	進修學士班4年1班
任課教師	曾健民	專兼任別	兼任
必選修 / 學分數	選修 / 3	畢業班 / 非畢業班	畢業班
上課時段 / 地點	(二)ABC / B304	授課語言別	中文

課程簡介

A. 企管所教育目標

1. 培育具管理專業能力、擅長溝通、團隊合作、具道德關懷及創造力之中堅管理人才，而為企業所樂於雇用。
2. 強化管理理論與研究方法。
3. 重視管理理論與實務之結合。

B. 管理學院/企管所核心能力：管理學院 - - 企管所 [占課程之比重]

- 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) : [20%]
 E (Ethics , 倫理觀) - - Concernment (管理與研究倫理) : [20%]
 P (Profession , 專業能力) - - Capability (管理專業與研究能力, 包含：一般管理與研究能力、整合創新與研究能力、診斷改善與研究能力、策略規劃與研究能力) : [40%]

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

溝通能力

團隊合作能力

創造力

道德關懷

成績稽核

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
----	----	----	-----	-----

無參考教科書

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	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	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)陽極冶金電溶法介紹	100	0	0	0	0
16	由水平行銷延伸新產品開發	100	0	0	0	0
17	全體組別期末心得報告	0	0	100	0	0
18	期末考	0	0	0	0	100