

103-2 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	1270 / BAM3004
開課系所	企業管理學系	學制 / 班級	大學日間部2年2班
任課教師	王學銘	專兼任別	專任
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	(一)256 / B304	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

 溝通力

 專業力

 合作力

 創造力

 關懷力

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】
溝通力	10%	著重於傾聽與表達能力	講述法 小組討論 校外參訪 個案討論 影片欣賞	期中考(肯學): 30% 期末考(肯學): 30% 作業(肯付出): 20% 課程參與度(肯學): 10% 助教觀察紀錄(肯負責): 10%	加總: 100	10

專業力	60%	強調生產與作業、行銷、財管、組織行為、策略管理相關的企管基礎專業知能	講述法 小組討論 校外參訪 個案討論 影片欣賞	期中考(肯學): 30% 期末考(肯學): 30% 作業(肯付出): 20% 課程參與度(肯學): 10% 助教觀察紀錄(肯負責): 10%	加總: 100	60
合作力	10%	樂群穩定與學習積極	講述法 小組討論 校外參訪 個案討論 影片欣賞	期中考(肯學): 30% 期末考(肯學): 30% 作業(肯付出): 20% 課程參與度(肯學): 10% 助教觀察紀錄(肯負責): 10%	加總: 100	10
創造力	10%	著重於創新創意思考與分析及解決問題的能力	講述法 小組討論 校外參訪 個案討論 影片欣賞	期中考(肯學): 30% 期末考(肯學): 30% 作業(肯付出): 20% 課程參與度(肯學): 10% 助教觀察紀錄(肯負責): 10%	加總: 100	10
關懷力	10%	重視企業倫理與社會責任	講述法 小組討論 校外參訪 個案討論 影片欣賞	期中考(肯學): 30% 期末考(肯學): 30% 作業(肯付出): 20% 課程參與度(肯學): 10% 助教觀察紀錄(肯負責): 10%	加總: 100	10

成績稽核

期中考(肯學): 30.00%

期末考(肯學): 30.00%

作業(肯付出): 20.00%

課程參與度(肯學): 10.00%

助教觀察紀錄(肯負責): 10.00%

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
New Products Management	Crawford / Benedetto	n.a.	McGRAW-HILL	2015

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	Ch1. The Menu & 智財權宣導(含告知學生應使用正版教科書)	0	0	0	0	0
2	Ch2. The New Products Process & Ch3. Opportunity Identification and Selection	0	0	0	0	0
3	Ch4. Preparation and Alternatives	0	0	0	0	0
4	Ch5. Problem-based Ideation	0	0	0	0	0
5	Ch6. Analytical Attribute Approaches	0	0	0	0	0
6	Ch7. Analytical Attribute Approaches & Ch8. The Concept Evaluation System	0	0	0	0	0
7	Ch9. Concept Testing & Ch10. The Full Screen	0	0	0	0	0
8	期中考 Mid-term Examination	0	0	0	0	0
9	Ch11. Sales Forecasting and Financial Analysis & Ch12. Product Protocol	0	0	0	0	0
10	Ch13. Design	0	0	0	0	0
11	Ch14. Development Team Management	0	0	0	0	0
12	Ch15. Product Use Testing	0	0	0	0	0
13	Ch16. Strategic Launch Planning	0	0	0	0	0
14	Ch17. Implementation of the Strategic Plan	0	0	0	0	0
15	Ch18. Market Testing	0	0	0	0	0
16	Ch19. Launch Management	0	0	0	0	0
17	Ch20. Public Policy Issues	0	0	0	0	0
18	期末考 Final Examination	0	0	0	0	0

