

课程：面向市场的新产品开发体系

讲师：刘复兴

■ 课程背景：

2008 年爆发的全球范围的金融风暴和我国人口红利的消失，靠低廉的劳动力资源优势获得的脆弱的竞争优势消失，没有创新和研发能力的企业在全供应链中是不可能具有可持续的核心竞争力，企业将永远处于价值流的低端。

然而，在这场金融风暴中，中国也有很多高科技公司逆势上扬，如华为、中兴、腾讯、迈瑞等科技型公司，为什么他们能做这一点呢？其中最重要的一点就是：这些公司都非常重视研发，尤其强调面向市场的研发管理体系的建立。

■ 课程对象：

企业中各部门高层管理者，研发工程师、工艺、生产等部门骨干人员，及对本课程有兴趣的人士。

■ 课程收益：

通过本课程的学习，学员能够基本掌握系统的产品研发管理思想和方法，缩短新产品开发周期、减少量产后产品质量问题，降低成本及合理利用产品开发资源。

■ 课程用时：

12 H (2 天)

■ 课程大纲

日程	内容描述
第 1 天	开篇：案例解析 第一章：新产品创新的挑战 <ul style="list-style-type: none">◇ 关于新产品的价值关注点◇ 产品开发与创新的现状◇ 案例分析：不同凡响的逆行者◇ 新产品 – 公司繁荣的关键
第 2 天	<ul style="list-style-type: none">◇ 数据分享：不同公司创新的表现◇ 新产品◇ 创新的驱动力◇ 创新如此重要◇ 研发投入数据分析◇ 企业实践

	<p>第二章：新产品开发成功的关键</p> <ul style="list-style-type: none"> ◇ 现实而残酷的问题 ◇ 新产品开发失败的 7 大原因 ◇ 新产品开发成功需要的 8 大成功因素 ◇ 案例分析 ◇ 本章小结 <p>第三章：新产品开发系统运行方法</p> <ul style="list-style-type: none"> ◇ 从创意到发布的系统方法的目标 ◇ 系统方法的结构 ◇ 系统方法的阶段 ◇ 节点评审 ◇ 新产品开发的开始阶段：发现创意 ◇ 案例解析 ◇ 新产品开发的确定范围阶段 ◇ 案例解析 ◇ 新产品开发的建立项目阶段 ◇ 案例解析 ◇ 新产品开发进入实施阶段 ◇ 案例解析 ◇ 新产品开发的测试与验证阶段 ◇ 案例解析 ◇ 新产品开发的量产发布阶段
第 2 天	<p>第四章：节点把关管理</p> <ul style="list-style-type: none"> ◇ 把关贯彻始终 ◇ 技术评审模型 ◇ 关口的概念 ◇ 新产品阶段性把关失败原因 ◇ 案例分析 ◇ 如何实施把关决策 ◇ 案例分享 ◇ 评价得分法 ◇ 把关评审流程 ◇ 课后作业
课程总结	<ul style="list-style-type: none"> ◇ 持续改善 ◇ 焦点呈现-课程落地

■ 培训模式：

培训过程中，我们摒弃单调枯燥的理论讲解，更加侧重于应用和实战。老师将采用讲授法、问答法、案例研讨与分组讨论等多样方式相结合的教学模式。

■ 课前准备：

- 1、空杯的心态
- 2、不被打扰的学习时间
- 3、做好计划，准时出席

■ 课程特色：

- 1、内训授课：互动性强，一对一针对性指导；
- 2、结果导向：真实案例贯穿始终，注重理论与实践的结合；
- 3、教学相长：关注学员项目管理技能的培养；透过案例分析、实战演练、小组研讨分享经验和知识。