

课程名称： 新产品引进管理



课程编号：

语言：

中文

周期

培训方式

 i-learning 0
 c-learning

讲授、讨论、分享

 v-learning 0

总周期(小时)

18

序列号：

xx

培训人数限制：

30

培训对象：

产品市场人员、研发人员、产业化人员等

培训目标：

培训结束时，参加人员能够：

- 掌握产品引进的基本概念、管理框架，了解如何提高产品引进和二次研发的质量和效率。
- 理解市场管理、产品路标规划、需求管理的流程及支撑体系。
- 使研发人员了解新产品引进过程管理全过程和关键点，提高研发人员的商业意识，对新产品引进有一个全局的视角，加快产品研发进度，降低研发成本。
- 使研发人员了解各自的定位、职责、能力模型与提高职业化水平的途径。

入学要求：

具有研发的基础知识，或工作职责中包含产品研发，或有潜力成为研发项目管理者或产品经理

课程内容:

产品引进流程体系介绍

为什么需要产品引进流程？

产品引进流程与研发管理体系的关系（价值

定位）

示例：标杆企业的产品引进流程解析

产品引进管理的要素介绍

实例：产品引进流程及其各个节点的活动和角色

产品和产品包

产品的成功要素

阶段决策

项目核心团队的构成

引进工具与技术

◆ 产品规划流程介绍

产品规划流程、产品引进流程以及需求管理流程的关系

产品引进流程的框架

新产品评估（环境、竞争、市场分析、客户\$APPEALS分析、公司的定位）

SWOT分析

◆ 市场管理流程

◆ 业务计划和产品路标规

划
确定细分市场目标

及
关键活动

评审营销目标

制定初步的方案

确定备选方案

选择目标

制定细分市场的

业务与团队

战

略及

计划

案例讨论：

产品路标

路标规划的输出是什么？

（平台引进计划、产品引进计划、技术研究计划、资源

产品战略与路标规划流程

产品路标规划过程解析

技术、平台、产品线、产品

解决方案的关

系
产品平台的形成过程

产品战略与路标规划决策评审

决策机制（决策团队、运作模式、支撑机制）

决策标准（评审关键要素）

产品引进的组织

产品引进组织存

在的典型问题

典型的组织模式

成功的产品引进团队具备的典型特征

跨部门的产品引

进核心团队构成及角色定位

案例分析：

演练及问题讨论

产品引进阶段流

程介绍

产品引进流程中

的里程碑与监控点

商业决策评审

技术评审

概念阶段关键活

动

产品需求：外部

需求+DFX

产品概念

产品业务计划书

计划阶段关键活动

产品需求如何转化为设计需求？

Battelle 产品开发方法学和风险评估

人机工程在产品

开发中的流程和应用

工业设计师如何对产品开发做出贡献

设计需求如何分解、分配为规格？

案例演示：

概要设计

产品业务计划书的更新

引进阶段关键活动

详细设计（硬件、软件、

结构、测试

工艺、产业

化设计等）

DFX 详解及其案例

实验设计

失效模式分析在产品

开发中的应用

可靠性设计流程详

解

单元测试 UT

- 系统测试 (功能样机、性能样机)、 α 测试
- 验证阶段关键活动
 - 试产
 - β 测试
 - 制造系统验证
 - 业务计划书定稿
 - 发布阶段关键活动
 - 产品发布
 - 生命周期阶段关键活动
 - 产品维护与改进