

استراتژی نوآوری معمول و فرآیند

نویسنده:

دکتر هرمز مهرانی

مهندس رضا گلنان



موسسه فرهنگی انتشاراتی آفتاب گیتی

سرشناسه	مهرانی، هرمز، ۱۳۳۳ -
عنوان و نام پیداور	استراتژی های نوآوری محصول و فرایند/ نویسندگان هرمز مهرانی، رضا گلنان.
مشخصات نشر	تهران: آفتاب گیتی، ۱۳۹۶.
مشخصات ظاهری	۱۰۰ ص. جدول، نمودار (بخشی رنگی).
شابک	978-600-9891-62-7.
وضعیت فهرست نویسی	فیا
یادداشت	کتابنامه
موضوع	فرآورده های جدید-- مدیریت
موضوع	فرآورده های جدید-- بازاریابی
موضوع	New products -- Marketing
موضوع	نوآوری -- مدیریت
موضوع	Technological innovations -- Management
موضوع	مدیریت نوآیند
موضوع	مدیریت نوآوری
موضوع	Strategic planning
شناسه افزوده	گلنان، رضا، ۱۳۶۲ -
رده بندی کنگره	۱۳۹۶ ۵۱۰/۲۰۱۵/۱۳/م۹
رده بندی دیویی	۶۵۷.۵۷۵
شماره کتابشناسی ملی	۱۵۲۰۸۰



مؤسسه فرهنگی انتشاراتی آفتاب گیتی

نشر و پخش همراه: ۹۱۲ ۳۳۰ ۱۶۲

آدرس: میدان انقلاب بازار بزرگ کتاب طبقه زیر همکن واحد ۲۲

شناسنامه کتاب

عنوان: استراتژی نوآوری محصول و فرایند

نویسنده: هرمز مهرانی و رضا گلنان

ویرایش: شورای بررسی مؤسسه انتشاراتی آفتاب گیتی

صفحه آرای و تنظیم: خدمات تایپ عیدی

نشر و پخش: مؤسسه انتشاراتی آفتاب گیتی

نوبت چاپ: اول، ۱۳۹۷

شمارگان: ۱۰۰۰ نسخه

چاپ: طهرانی پرینت

طراح جلد: مهندس سحر پولانیان

قیمت: ۱۸۰۰۰ تومان

شابک: ۶۰۰۹۷۸-۹۸۹۱-۶۲-۷

فهرست مطالب

فصل اول: مقدمه

۱۱	مقدمه
۱۷	ضرورت نوآوری
۲۱	استراتژی های نوآوری
۲۱	استراتژی نوآوری در فرایند
۲۲	استراتژی نوآوری در محصول
۲۲	استراتژی نوآوری در فرایند

فصل دوم: نوآوری چیست ؟

۲۵	انواع نوآوری
۲۵	نوآوری محصول
۲۶	نوآوری تولیدی
۲۷	نوآوری فرایندی
۳۴	مدلهای نوآوری

استراتژی نوآوری محصول و فرآیند ♦ ۷

۳۵	مدل کامینگ
۵۰	نوآوری تکنولوژیک
۵۱	نوآوری سازمانی
۵۲	نوآوری بسته
۵۳	نوآوری باز
۵۴	عوامل موثر بر شکل گیری فرایندهای نوآوری
۵۵	ویژگی‌های نوآوری
۵۸	عنصر زمان در فعالیت نوآورانه
۶۱	نوآوری و شناسایی عوامل سخت
۶۳	موفقیت و شکست در فرآیند نوآوری:
۶۴	عوامل کلیدی و مهم برای موفقیت در امر نوآوری
فصل سوم: استراتژی‌های نوآوری در محصول و	
نوآوری در فرآیند	
۷۲	پویایی و رقابتی بودن محیطی
۸۲	عملکرد

فصل چهارم: معیارهای اصلی در فرآیند ارزیابی پروژه‌های نوآورانه

فرآیند ارزیابی پروژه‌های نوآوری ۱۰۰

فصل پنجم: روشهای تحریک و ترویج نوآوری

نوزده‌های کلیدی برای تحریک در فرآیند نوآوری ۱۲۶

الهام ۱۲۷

فشار علم ۱۲۸

نیاز مشتری ۱۲۸

رسانه‌ها ۱۳۱

قوانین ۱۳۳

ساختارها و فرایندها ۱۳۴

افراد خلاق و نوآور ۱۳۵

ترکیب‌ها (افکار و تجربه‌ها و موقعیت‌ها) ۱۳۷

محدودیت‌ها و وقایع غیرعادی ۱۳۸

افق نگاه ۱۳۹

مدل پیشنهادی برای تحریک و ترویج نوآوری ۱۴۰

استراتژی نوآوری محصول و فرآیند ♦ ۹

حوزه زمینه سازی: ۱۴۰

حوزه تاثیر: ۱۴۱

زاویه نگاه: ۱۴۱

منابع: ۱۴۲

www.ketab.ir