

کتابخانه مجلس شورای اسلامی
۱۴۱۶.۱۷

مهندسی توسعه محصول

پژوهش و نگارش:

مهندس محسن تقی زاده مقدم
کارشناس ارشد مدیریت تکنولوژی

دکتر غلامرضا هاشمی
عضو هیئت علمی دانشگاه آزاد اسلامی
واحد تهران جنوب

دکتر ابوتراب علیرضایی
عضو هیئت علمی دانشگاه آزاد اسلامی
واحد تهران جنوب

سرشناسه: تقی‌زاده مقدم، نگین، ۱۳۶۸ -

عنوان و نام پدیدآور: مهندسی توسعه محصول / پژوهش و نگارش نگین تقی‌زاده مقدم، غلامرضا هاشم‌زاده خوراسگانی، ابوتراب علیرضایی.

مشخصات نشر: تهران: میرشیدا، ۱۳۹۵.

مشخصات ظاهری: ۱۵۲ ص: جدول، نمودار(بخشی رنگی).

شابک: ۹۷۸-۶۰۰-۶۷۱۷-۱۱-۱: ۱۶۰۰۰۰ ریال

وضعیت فهرست نویسی: فیپا

موضوع: مدیریت صنعتی

Industrial management موضوع

موضوع: مدیریت تولید

Production management موضوع

شناسه افزوده: هاشم‌زاده خوراسگانی، غلامرضا، ۱۳۴۲ -

شناسه افزوده: علیرضایی، ابوتراب، ۱۳۲۲ -

رده بندی کنگره: ۱۳۹۵: ۶۲۰ HD۳۷

رده بندی دیویی: ۶۵۸

شماره کتابشناسی ملی: ۲۲۶۴۱۹۳

انتشارات میرشیدا

نام کتاب: مهندسی توسعه محصول

پژوهش و نگارش: مهندس نگین تقی‌زاده مقدم، دکتر غلامرضا هاشم‌زاده خوراسگانی، دکتر

ابوتراب علیرضایی.

چاپ اول: ۱۳۹۵

حروفچین و صفحه‌آرا: علی اصغر خرماشاهی

چاپ: فرهنگ و دانش

تیراژ: ۱۰۰۰ جلد

بهاء: ۱۶۰۰۰۰ ریال

شابک: ۹۷۸-۶۰۰-۶۷۱۷-۱۱-۱

پست الکترونیک: Negintzm@gmail.com

تلفن مرکز پخش: ۰۲۱-۸۸۰۲۳۵۲۰ و ۰۲۱-۵۰۶۲۲۲۸-۰۹۱۲

حق چاپ برای نویسنده و ناشر محفوظ است، هر گونه برداشت و کپی پیگرد قانونی دارد.

فهرست مطالب

فصل اول: زنجیره تأمین	۱
۱-۱- تاریخچه مدیریت زنجیره تأمین	۳
۲-۱- تعریف مدیریت زنجیره تأمین	۵
۳-۱- اهداف مدیریت زنجیره تأمین	۸
۴-۱- فرایندهای اصلی زنجیره تأمین	۹
۵-۱- پنج سطح عملکرد مدیریت زنجیره تأمین	۹
۶-۱- مدیریت زنجیره تأمین و تجارت الکترونیک	۱۰
۷-۱- مدیریت زنجیره تأمین سنتی و الکترونیکی	۱۱
۸-۱- مشکلات زنجیره تأمین	۱۲
۹-۱- اثر شلاق چرمی	۱۳
۱-۹-۱- علل وقوع اثر شلاق چرمی	۱۳
۲-۹-۱- اقداماتی برای مقابله با اثر شلاق چرمی	۱۴
۱۰-۱- ضعف ها و مشکلات زنجیره تأمین کالا در کشور ما	۱۴
۱۱-۱- مزایا و منافع زنجیره تأمین	۱۵
۱۲-۱- کیفیت خدمات در زنجیره تأمین	۱۵
۱۳-۱- تبیین عملکرد زنجیره تأمین	۱۶
۱۴-۱- عملکرد مالی زنجیره تأمین	۱۸
۱۵-۱- پاسخگویی زنجیره تأمین	۲۱
۱۶-۱- یکپارچگی زنجیره تأمین	۲۱
۱۷-۱- دانش مبتنی بر سرمایه فکری زنجیره تأمین	۲۲
۱۸-۱- مشارکت زنجیره تأمین	۲۳
۱۹-۱- مشارکت در برنامه ریزی زنجیره تأمین	۲۴
۱-۱۹-۱- تعریف CPFR	۲۵
۲-۱۹-۱- CPFR چه کاری انجام می دهد	۲۶
۳-۱۹-۱- CPFR چگونه کار می کند	۲۷
۴-۱۹-۱- مراحل اجرای CPFR	۲۷

۳۶	فصل دوم : توسعه محصول
۳۸	۱-۲- مفهوم توسعه محصول جدید
۳۹	۲-۲- طبقه بندی محصول جدید
۴۱	۳-۲- فرآیند توسعه ی محصول جدید
۴۱	۴-۲- دلیل وجود لزوم فرایند رسمی توسعه محصول
۴۷	۲-۴-۱- تضمین کیفیت
۴۸	۲-۴-۲- هماهنگی بیشتر
۴۸	۳-۴-۲- برنامه ریزی بهتر
۴۸	۲-۴-۲- مدیریت بهتر
۴۹	۵-۲- کاربردهای توسعه ی محصول جدید در فناوری اطلاعات
۴۹	۶-۲- عوامل بازمانده خیل در توسعه ی محصول جدید
۴۹	۷-۲- عوامل اساسی مرتبط در توسعه محصول جدید
۵۳	۸-۲- رویکردهای متفاوت توسعه محصول
۵۴	۹-۲- مراحل توسعه محصول جدید
۵۶	۱۰-۲- مراحل اصلی فرآیند توسعه محصول جدید
۵۶	۲-۱۰-۱- ایده یابی و ایده زایی
۵۶	۲-۱۰-۲- تصفیه ایده ها
۵۸	۲-۱۰-۳- توسعه و آزمایش مفهوم
۵۸	۲-۱۰-۴- توسعه استراتژی بازاریابی
۵۸	۲-۱۰-۵- بررسی تجاری
۵۸	۲-۱۰-۶- پیش بینی فروش
۶۰	۲-۱۰-۷- پیش بینی هزینه و سود
۶۰	۱۱-۲- مراحل پروژه های تحقیق و توسعه در ایده یابی تا ارائه محصول جدید
۶۱	۲-۱۱-۱- تحقیق اکتشافی برای دستیابی به ایده های جدید
۶۱	۲-۱۱-۲- تحقیق کاربردی (شکل گیری ایده محصول)
۶۱	۲-۱۱-۳- توسعه محصول
۶۲	۲-۱۱-۴- توسعه فرآیند محصول
۶۲	۲-۱۱-۵- نمونه سازی اولیه
۶۲	۲-۱۱-۶- ارزیابی میدانی

۶۲	۷-۱۱-۲- تست بازار
۶۳	۸-۱۱-۲- ارزیابی دوباره قبل از تولید تجاری
۶۳	۱۲-۲- اهداف فرآیند توسعه محصول جدید
۶۳	۱-۱۲-۲- به حداکثر رساندن تناسب محصول با احتیاجات مشتری
۶۳	۲-۱۲-۲- به حداقل رساندن هزینه و زمان سیکل توسعه
۶۵	۱۳-۲- شیوه های دستیابی به اهداف فرآیند توسعه محصول جدید
۶۵	۱-۱۳-۲- فرآیندهای متوالی در مقابل فرآیندهای نیمه موازی
۶۵	۲-۱۱-۲- حامیان پروژه
۶۶	۳-۱۳-۲- شرکت دادن مشتریان و تأمین کنندگان در فرآیند توسعه
۶۶	۳-۲- شرکت دادن مشتریان
۶۶	۱۳-۲- شرکت دادن تأمین کنندگان
۶۸	۱۴-۲- رابطه مدیریت نقش توسعه محصول جدید
۷۰	۱۵-۲- عملکرد توسعه محصول جدید
۷۳	فصل سوم : طراحی الگوی نچره تأمین ناب با رویکرد رقابت پذیری
۷۶	۱-۳- زنجیره تأمین و مدیریت آن
۷۷	۲-۳- ناب سازی
۷۷	۳-۳- زنجیره تأمین ناب
۷۹	۴-۳- رقابت پذیری
۸۰	۵-۳- مدل الماس رقابت ملی پورتر
۸۲	۶-۳- نقشه استراتژی
۸۴	۷-۳- انتخاب استراتژی مناسب زنجیره تأمین: ناب بودن یا چابک شدن
۸۹	۸-۳- بکارگیری مفهوم چابکی در فرآیند توسعه محصول جدید
۹۴	۹-۳- توسعه محصول جدید و مفهوم چابکی در محیط تولید باکلاس جهانی
۹۶	فصل چهارم: نقش زنجیره تأمین در عملکرد توسعه محصول در شرکت پاکسان
۹۸	۱-۴- اهمیت و ضرورت تحقیق
۹۹	۲-۴- مدل مفهومی
۱۰۰	۱-۲-۴- زنجیره تأمین
۱۰۱	۲-۲-۴- مشارکت زنجیره تأمین
۱۰۱	۳-۲-۴- مشارکت مشتری

۱۰۱	۴-۲-۴ مشارکت داخلی
۱۰۱	۵-۲-۴ مشارکت تأمین کنندگان
۱۰۱	۶-۲-۴ توسعه محصول جدید
۱۰۲	۷-۲-۴ عملکرد توسعه محصول
۱۰۲	۸-۲-۴ هزینه توسعه محصول جدید
۱۰۲	۹-۲-۴ عملکرد بازار
۱۰۳	۱۰-۲-۴ سرعت توسعه محصول جدید
۱۰۶	فصل پنجم: مروری بر نتایج پژوهش های مشابه
۱۰۹	۱-۵ نتایج پژوهش های انجام شده در خارج از کشور
۱۱۱	۲-۵ نتایج پژوهش های انجام شده در داخل کشور
۱۱۳	۳-۵ تعریف ازگان شنیدی
۱۱۴	فصل ششم: پیوسته ها
۱۱۴	۱-۶ پرسشنامه مربوط به پژوهش
۱۱۸	۲-۶ نمره دهی به سوالات در طیف لیکرت
۱۱۸	۳-۶ محاسبه ضریب آلفای کرونباخ
۱۱۹	۴-۶ ویژگی های عمومی پاسخ دهندگان
۱۱۹	۱-۴-۶ جنسیت
۱۱۹	۲-۴-۶ سن
۱۲۰	۳-۴-۶ مدرک تحصیلی
۱۲۰	۴-۴-۶ سابقه کار
۱۲۲	۵-۶ نتایج آزمون نرمال بودن داده ها
۱۲۳	۶-۶ آمار توصیفی متغیرهای پژوهش
۱۲۶	۷-۶ تحلیل عاملی تاییدی ابعاد پرسشنامه ها
۱۲۹	۸-۶ مدل معادلات ساختاری برای سنجش رابطه و تاثیر متغیرها
۱۳۰	۹-۶ نیکویی برازش مدل
۱۳۲	۱۰-۶ نتایج برگرفته از روابط میان متغیرهای تحقیق
۱۳۹	منابع و مآخذ