

عنوان مقاله:

ضرورت پرداختن به توسعه محصولات جدید و نقش نوآوری، R&D و تکنولوژی در آن

محل انتشار:

سومین کنفرانس مدیریت تکنولوژی ایران (سال: 1387)

تعداد صفحات اصل مقاله: 13

نویسندگان:

عباس خمسه - مدرس و مدیر گروه مدیریت صنعتی، دانشجوی دکتری مدیریت تکنولوژی دانشگاه

علی سرافراز - مدیر عامل نمایندگی، دانشجوی مدیریت بازرگانی- مرکز آموزش بازرگانی واح

داود سرافراز - مدیر طرح و برنامه و جانشین مدیر عامل نمایندگی، دانشجوی مدیریت صنعتی-

خلاصه مقاله:

در جهان اقتصادی امروزه بیشتر سازمانها در جستجو برای یافتن عوامل ایجاد مزیت رقابتی هستند. فرآیند توسعه محصول جدید برای انواع مختلف سازمانهای تولیدی/خدماتی اکنون مزیت رقابتی محسوب می شود. توسعه محصولات جدید به سازمانها کمک خواهد کرد تا موقعیت رقابتی و انحصاری خود را در بازار رقابت حفظ نمایند. در این مقاله سعی داریم تا ضمن معرفی توسعه محصولات جدید، راهبردها، الگوها و فرآیند آن به اهداف و دلایل اهمیت توسعه محصولات جدید بپردازیم. همچنین در ادامه به نقش نوآوری، تحقیق و توسعه، تکنولوژی و مدیریت در فرآیند توسعه محصولات جدید پرداخته و عوامل حائز اهمیت را که در شکست و موفقیت توسعه محصولات جدید نقش دارند را مورد بررسی قرار خواهیم داد.

کلمات کلیدی:

توسعه محصولات جدید، نوآوری، تحقیق و توسعه، تکنولوژی

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/84304>

