

Contenus

| Nom du Cours | Semestre du Cours | Cours Théoriques | Travaux Dirigés (TD) | Travaux Pratiques (TP) | Crédit du Cours | ECTS |
|---|-------------------|------------------|----------------------|------------------------|-----------------|------|
| IND357 Développement de produit et de processus | 5 | 3 | 0 | 0 | 3 | 4 |

Cours Pré-Requis

Conditions d'Admission au Cours

Langue du Cours Français

Type de Cours Électif

Niveau du Cours Licence

Objectif du Cours

Les activités de développement de nouveau produit et de l'affaire sont de plus en plus pluridisciplinaires et collaboratives afin de favoriser le développement d'un marketing d'innovation et la création d'éléments fortement différenciateurs pour l'entreprise et son positionnement stratégique. Ce cours vise à sortir les étudiants de l'approche ingénierie et gestionnaire de l'innovation pour se centrer sur le client, l'utilisateur et l'ensemble des acteurs interagissant dans un processus d'innovation et de conception de produit, de services et de l'affaire.

Les concepts fondamentaux : Innovation, recherche et développement, développement de nouveau produit, service et de l'affaire

Planification de nouveau produit, service et de l'affaire

Identifier des besoins des clients, déploiement de la fonction qualité (QFD), conception axiomatique

La conception innovante, la théorie C-K (Concept-Knowledge Theory) et la TRIZ

Evaluer les nouvelles idées et les projets

Contenus

Gestion de valeur de développement de nouveaux produits, services et des affaires

Gestion du cycle de vie d'un produit, service et de l'affaire

Marketing et commercialisation des nouveaux produits et des affaires

Gestion des risques de développement de nouveau produit et de l'affaire

Dimension économique de développement de nouveau produit et de l'affaire

Customisation de masse

Effets de la durabilité pour le développement de nouveau produit et de l'affaire

1. Ulrich, K.T., Eppinger, S.D., Product Design and Development, Fourth Edition, McGraw-Hill, 2008.

2. Millier, P., Stratégie et marketing de l'innovation technologique : Lancer avec succès des produits qui n'existent pas encore, 2e édition, Dunod, 2005.

3. Ürün Geliştirme Kılavuzu, İstanbul Sanayi Odası, Yayın No: 2011/16 (Güncelleştirilmiş 4. Sürüm).

4. Yeni İş Geliştirme Kılavuzu, İstanbul Sanayi Odası, Yayın No: 2011/17 (Güncelleştirilmiş 4. Sürüm).

Ressources

Intitulés des Sujets Théoriques

Semaine

Intitulés des Sujets