



مؤسسه عالی آموزش بانکداری ایران
دیرت آموزش حرفه‌ای



دوره آموزشی

اصول کاربردی طراحی و توسعه

محصولات و خدمات

۸ ساعت

معرفی دوره

متغیر بودن قوانین رقابتی در دنیای کسب و کار و پارامترهای عرضه و تقاضا، فرایند ارائه محصول جدید به بازار را با اهمیت خاصی جلوه داده است. اکثر سازمان‌ها امروزه بیش از هر زمان دیگری دریافته‌اند که صرف تکیه و اعتماد به اهرم‌های رقابتی سنتی مانند افزایش کیفیت، کاهش هزینه و تمایز در فروش محصولات و خدمات بیشتر کافی نبوده و در عوض مفاهیمی همچون سرعت، چابکی و انعطاف پذیری در رقابت، نمود قابل توجهی پیدا کرده‌اند و گرایش به سمت ارائه محصولات و خدمات جدید به بازار خود دلیل موجهی بر این تغییر نگرش است. از این‌رو سازمان‌ها ضمن نیاز به بهره‌مندی از روش‌های نوین برای توسعه محصولات خود، می‌بایست با طراحی‌های بین‌بخشی و استفاده از فرایندهای تفکرات نخبگان سازمان، نسبت به طراحی محصولات فراتر از شرایط حاضر اقدام کنند تا آن‌ها را در کوران رقابت با رقبای خود در سطح قابل قبولی از موفقیت قرار دهند.

طراحی و برنامه‌ریزی محصول فعالیتی است که هدف از آن تعیین ویژگی‌های محصولی است که توسط واحد طراحی و توسعه محصول ارائه می‌شود. این کار مستلزم جمع‌آوری اطلاعات در خصوص نیازهای مصرف‌کنندگان، نتایج پژوهش‌های واحد تحقیق و توسعه، تعیین دوره‌ی عمر محصول، شناخت سیاست‌های سازمان، رصد عملکردی رقبا، کاربرد محصول، نیازهای فصلی مشتریان و... می‌باشد.

طراحی و برنامه‌ریزی محصول از وظایف همیشگی مدیریت تولید می‌باشد و طراحی محصول ارتباط بین بخش‌های بازاریابی و تولید است. بخش بازاریابی خصوصیات عمومی محصول را تعیین می‌کند و بخش تولید مشخصات فنی محصول را طوری تعیین می‌نماید که خصوصیات عمومی فوق‌بصورت مؤثرترین و کاراترین شکل ممکن باشد.

مخاطبین:

مدیران و کارشناسان بازاریابی
طراحی و توسعه محصول
تولید و سایر حوزه‌های مرتبط
با طراحی محصول

طراحی شده برای یادگیری:

- تعریف یا شناخت محصول از دیدگاه‌های مختلف
- بررسی آمیخته محصولات و شناسایی خط محصولات و نحوه تدوین آن
- آشنایی با نحوه رصد رفتار رقبا و ارزیابی محصولات آن‌ها
- آشنایی با روش‌های ایده‌پردازی در حوزه محصول
- بررسی مفاهیم علمی طراحی و توسعه محصول
- نیازسنجی محصول
- دوره‌ی عمر محصول
- بهبود محصول
- آشنایی با مفاهیم عملی طراحی و توسعه محصول
- بررسی برخی محصولات صنایع مشابه و بررسی موفقیت و عدم موفقیت آن‌ها
- آموزش کنترل و پایش محصول

پیش‌نیاز:

- آشنایی با مفاهیم پایه حوزه طراحی محصول
- آشنایی با مفاهیم طبقه‌بندی مشتریان و بخش بندی بازار

آنلاین

مهلت ثبت نام: ۱۵ آبان

تاریخ برگزاری: ۱۹ و ۲۶ آبان ساعت ۸:۳۰ الی ۱۲:۳۰

مدرس دوره:

- رئیس اسبق اداره مطالعات و تحقیقات بازار بانک
- دانشجوی دکتری مدیریت بازرگانی گرایش بازاریابی
- مترجم کتاب، پژوهشگر برتر منتخب مراسم هفته پژوهش بانک مرکزی در سال ۱۳۹۴

آدرس: خیابان پاسداران، سه راه ضرابخانه، پلاک ۱۹۵

www.ibi.ac.ir

شرایط ثبت نام: برای ثبت‌نام به پرتال مؤسسه (آموزش حرفه‌ای) به آدرس ذیل مراجعه شود.

<https://ideh.ibi.ac.ir/IdeaPortal>

هزینه دوره به ازای هر نفر: ۷,۰۰۰,۰۰۰ ریال به صورت خالص
هزینه دوره شامل محتوای آموزشی و صدور گواهی‌نامه می‌باشد.

شماره تماس: ۲۷۸۹۲۴۴۶-۲۷۸۹۲۴۵۸

تلفن گویا: ۴۱-۲۲۸۸۱۶۴۰

دورنگار: ۲۲۸۴۶۸۹۹

ایمیل: prof.training@ibi.ac.ir