

SPIS TREŚCI

Wstęp	7
I. Strategie nowego produktu w przedsiębiorstwach	13
1.1. Znaczenie nowych produktów i czynniki powodzenia	13
1.2. Strategie nowego produktu – macierz wyboru strategicznego	26
II. Formułowanie i wdrażanie strategii nowego produktu	35
2.1. Poziomy procesów biznesowych a strategia innowacji produktu	35
2.2. Dostosowanie strategii rozwoju produktu do kontekstu biznesowego	39
2.3. Formułowanie i wdrażanie strategii innowacji produktu – nowe podejście	43
III. Procesy innowacji produktu i ich uwarunkowania	55
3.1. Rodzaje procesów innowacji produktów – od sekwencji do integracji	55
3.2. Charakterystyka wybranych modeli rozwoju nowego produktu	65
3.3. Właściwości procesu rozwoju nowego produktu	73
IV. Makrofazy procesu innowacji i wprowadzania produktu na rynek	85
4.1. Struktura procesu rozwoju nowego produktu	85
4.2. Grupy aktywności w procesie rozwoju nowego produktu	92
4.3. Integracja metod innowacji produktu	102
V. Metody pomiaru parametrów procesu innowacji i wprowadzania produktu na rynek	121
5.1. Metody dynamicznej analizy rozwoju nowego produktu oraz kosztów	121
5.2. Pomiar efektów procesu rozwoju nowego produktu	130
5.3. Metody pomiaru poziomu kompetencji i innowacyjności produktu	139
VI. Poziom bezpieczeństwa i ryzyka w procesie innowacji produktu	153
6.1. Bezpieczeństwo i ryzyko w procesie innowacji produktu – identyfikacja ryzyka	153
6.2. Model zarządzania ryzykiem projektu – strategie ograniczania ryzyka	161
6.3. Najlepsze praktyki zarządzania ryzykiem projektu	169

VII. Metody analizy sytuacji nowych produktów w procesie innowacji	174
7.1. Maksymalizowanie wartości i równoważenie portfela nowych produktów ..	174
7.2. Metody strategicznego dopasowania portfela nowych produktów	194
7.3. Optymalizowanie liczby nowych produktów w procesie innowacji produktu ...	198
VIII. Metody pomiaru dojrzałości procesu innowacji produktu	208
8.1. Metody pomiaru dojrzałości procesu – problemy do rozstrzygnięcia	208
8.2. Warunki dojrzałości procesu innowacji produktu – metoda pomiaru według CMMI	212
8.3. Zastosowanie metody pomiaru dojrzałości inteligentnej sieci relacji	237
8.4. Macierz dojrzałości procesu innowacji i sieci relacji – metoda DPISR	250
Zakończenie	256
Aneks. Metodyka badań empirycznych	260
Elementy procesu badawczego	260
Uzasadnienie doboru jednostek do próby badawczej	261
Charakterystyka próby badawczej	264
Metoda gromadzenia danych i budowa kwestionariusza ankiety i wywiadu ..	265
Metody statystycznej analizy danych empirycznych	270
Bibliografia	273