**工商管理硕士（MBA）学位论文**

**开题报告**

学 号： 201632110363

学生姓名： 祝 阳 反倒是

指导老师： 王 敏

所在班级： 2016级3班

申请时间： 2018年3月

电子科技大学经济与管理学院

I．学分完成情况

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 1. 最低学分要求 |  | 必修课 |  | 选修课 |  |
| 1. 实际完成学分 |  | 必修课 |  | 选修课 |  |
| 学术讲座学分 |  | | 总学分 |  | |
| 1. 重修课程 | 门 | 必修课 | 门 | 选修课 | 门 |
| 重修课程详细情况： | | | | | |
| 4.教学秘书审查意见  签字 时间 | | | | | |
| 5.主管院长审查意见  签字 时间 | | | | | |

II． 论文计划

|  |
| --- |
| 1. 论文选题背景   包括论文题目，论文类型（专题研究、企业诊断、案例编写或者调研报告），以及论文研究成果对现实的指导价值等内容。  论文题目：  大数据环境下的数据分析对传统制造企业新产品开发决策的影响——以A企业为例  论文类型：  专题研究  选题背景：  本文研究的新产品开发不是狭义的新产品开发，而是指设计新产品策划、开发和运营维护的整个新产品生命周期活动。具体包括前期的市场定位和产品定位，再到产品开发立项，最后到产品上市前的营销策划和渠道销售。  企业经营业绩的好坏与企业向客户提供的产品的品质有必不可分的关系。消费品领域的苹果公司，一直以来为消费者提供极致体验的好产品而闻名于世，在业绩上也有非常卓越的表现。国内互联网领域的腾讯、京东、阿里同样如此，他们各自均以用户为中心，面向各自领域的客户提供高品质、极致体验的产品和服务为宗旨。且企业在经营活动中仅仅凭借一个产品的成功是很难纷繁复杂、瞬息变化的市场中长久不衰。业绩表现优异的企业往往有一整套成熟的产品开发体系进行支撑，不断的在当前市场或相关领域进行持续创新。某种程度上讲，成功企业往往会行成一整套的产品体系和新产品开发知识库。而这一整套的新产品开发体系所涉及的市场营销、产品策划、产品研发、产品销售等环节均有很多的业务活动，而在所有这一切的活动中，市场人员、产品策划人员、产品研发人员、产品销售人员其实是在完成一系列的决策和判断：市场如何定位，细分市场如何划分，产品如何定位，产品价值如何提炼，市场推广渠道如何选择，营销渠道如何配合，产品组合如何搭配……一个个看似平常、传统、无意识的产品开发活动其实都是都暗藏玄机，每一个环节的决策失误都可能导致整个新产品开发运营的全盘皆输。因此这一个个看似平凡的执行动作和决策其实都是一个个严谨而又严肃的新产品开发业务活动。所有环节的每一个动作其实都需要一套适用于本企业所在行业领域而特有的新产品开发的理论模型和方法论进行支撑。产品开发环节的各个角色需要基于新产品开发的理论模型结合政治、经济、社会、技术等宏观趋势数据以及微观层面的企业经营、竞品、渠道伙伴、目标客户数据等方面的信息作为辅助，进行综合判断以后，方能做出相对客观且趋于正确的行动判断和决策。因此数据分析对于企业的新产品开发活动有着至关重要的作用。  目前中国的制造业产量占世界的近25%，超过德国成为世界制造业产出最大的国家，但我国的制造业产品质量水平不高，导致市场竞争力不强，从而使得产品的利润率较低，处于价值链的低端，我国总体上还只是“世界工厂”。通过对占世界制造业总产值70%以上的15个国家的制造业质量竞争力的对比分析，我国整体制造业竞争力排名第13位，仅高于泰国和印度，与瑞士、日本、美国、德国等国的差距极大。另外2017年全国居民人均可支配收入25974元，比上年名义增长9.0%，扣除价格因素，实际增长7.3%。消费者对产品的需求不再仅仅是以前的以普通功能满足的需求，而是从产品购买、使用以及服务等全方面多维度的需求，由此带来的消费升级趋势明显。消费升级驱动的产能升级和供给侧改革将成为未来中国制造业的整体趋势。虽然近年来中国经济飞速发展，但是GDP总体呈现增速缓慢的趋势。因此依靠原有的粗放式经营的中国传统制造业将面临新一轮的洗牌和结构重组。未来的中国制造业将从产品和服务上呈现出精细化经营的整体趋势。新的消费观念、新的消费需求、新服务体验需求，再加之创新科技和互联网让市场瞬息万变，产品的生命周期在不断缩短，产品综合复杂度在不断提高，因此给企业的新产品开发运营带来了非常大的挑战，产品开发运营环节对数据分析的依赖前所未有。  当前大数据技术和平台已经日趋完善和成熟，新型的人工智能技术在图像识别、语音文字识别方面在大多数领域已逐渐进入工业化应用。因此在企业新产品开发环节的数据采集和分析相比过去传统企业环境下新产品开发期间做的数据收集和分析已经有了更加成熟的技术环境和商业环境。数据采集分析的宽度和维度可以更宽，数据采集分析的深度可以更深，甚至应用人工智能技术可以让传统产品开发环节的数据收集整理工作变得简单而高效。  综上，本文对数据分析技术如何影响传统企业新产品开发决策的问题进行系统研究，具有重点的理论意义和实践价值。 |
| 1. 写作方案   ①研究目标、研究内容和解决的关键问题  研究目标：  应用新产品开发生命周期管理理论，对传统制造企业的新产品开发活动进行深入分析和研究。收集整理企业在新产品开发过程中遇到的问题和疑惑，总结提炼数据分析对新产品开发的影响，并提出一套基于大数据、人工智能解决传统制造企业在新产品开发活动中数据分析辅助决策的方法。  研究内容：  本文从研究传统制造企业在新产品市场定位、产品定位、上市推广等环节的真实活动案例出发，结合企业战略管理、新产品开发管理、市场营销、消费者行为学等理论基础，以数据分析对企业新产品开发活动的影响为专题研究目标，总结数据分析对企业新产品开发和运营活动的效应，并探索性的提出一套利用大数据、人工智能技术帮助企业实现新产品开发活动中数据化辅助决策的方法。  解决的关键问题：  1）、发现传统制造企业新产品开发与管理面临的问题  2）、总结数据分析对传统制造企业新产品开发的作用和影响  3）、探索性的提出基于新技术解决传统制造企业新产品开发活动中的数据分析模型和方法  论文提纲：  第一章 绪论  1.1选题来源  1.2研究意义  1.2.1理论意义  1.2.2现实意义  1.3研究思路、方法与研究内容  1.3.1研究主要思路  1.3.2研究方法  1.3.2研究内容  第二章 文献综述  2.1新产品开发相关文献  2.1.1新产品开发的定义  2.1.2新产品开发战略  2.1.3新产品开发流程  2.2大数据定义及特征  2.2.1大数据概念  2.2.2大数据特征  2.2人工智能的定义及应用  2.2.1人工智能概念  2.2.2人工智能的工业化应用概述  第三章 A公司概况介绍和传统新产品开发决策  3.1 A公司概况介绍  3.2 A公司传统新产品开发流程  3.3 A公司传统新产品开发决策依据  3.3.1传统的市场策划决策依据  3.3.2传统的产品策划决策依据  3.3.3传统的营销策划决策依据  第四章 数据分析对于新产品开发决策的影响  4.1数据分析对新产品开发决策主体的影响  4.1.1数据分析提升基层工作人员工作效率  4.1.2数据分析优化普通管理人员决策方法  4.1.3数据分析提升中高层管理人员决策的可预见性  4.2数据分析对新产品开发决策信息的影响  4.2.1数据分析优化新产品开发决策的数据共享和信息普惠  4.2.2数据分析增加新产品开发决策信息的多样性  4.2.3数据分析增加新产品开发决策信息的深度  4.2.3数据分析优化新产品开发决策信息的收集方式  4.2.4数据分析优化新产品开发决策信息的分析方式  4.2.5数据分析优化新产品开发决策信息的展现方式  4.3数据分析对新产品开发决策流程的影响  4.3.1数据分析本质上不改变新产品开发决策流程  4.3.2数据分析让新产品开发决策流程容错性提升  4.3.3数据分析让新产品开发决策流程效率提升  第五章 A公司基于数据分析的新产品开发决策  5.1 A公司基于数据分析的新产品市场策划  5.1.1 A公司基于数据分析的市场洞察  5.1.2 A公司基于数据分析的新产品用户洞察  5.1.3 A公司基于数据分析新产品上市推广决策  5.2 A公司基于数据分析的新产品策划  5.2.1 A公司基于数据分析的用户需求分析  5.2.2 A公司基于数据分析的新产品价值提炼  5.3 A公司基于数据分析的新产品营销  5.3.1 A公司基于数据分析的新产品销售预测  5.3.2 A公司基于数据分析的新产品渠道营销策略  5.3.3 A公司基于数据分析的用户信息采集  5.4 A公司基于数据分析的新产品开发决策流程变化  5.4.1 A公司数据分析减少新产品开发决策的试错  5.4.2 A公司数据分析提升新产品开发决策的效率  5.4.3 A公司数据分析提升新产品开发决策的可预见性  第六章 结束语  参考文献  致谢  附录1 |

|  |
| --- |
| ②采取的分析思路、研究方法和路线及可行性分析（如果有调研工作，请说明调研方案。）  1）、首先对于制造业当前的宏观形势进行分析  2）、对于战略管理、新产品开发与管理、市场营销等管理理论的研究  3）、通过问卷和访谈的方式对传统制造企业的新产品开发的全生命周期活动进行调查和研究  4）、发现传统制造企业在新产品开发活动中的问题以及对数据分析的依赖  5）、提出基于新技术解决新产品开发活动中的数据分析模型和方法  ③论文的创新之处  1）、从市场和产品维度，以全新的视角探索和发现数据分析对企业新产品开发的影响。  2）、传统产品和营销管理理论基础结合新技术发展趋势和环境，提出大数据、人工智能技术在企业新产品开发领域的应用和落地的可能性。 |
| ④论文写作的进度计划  1、2018年4月—论文开题  2、2018年5月—收集相关资料（文献、网络资料、调研等）  3、2018年6月—整理分析资料  4、2018年7、8月—论文撰写  5、2018年9月—论文修改和定稿 |
| 1. 已有的基础   （包括与本论文有关的工作和实践经验积累、已取得的相关资料和研究成果。如果有调研工作，请说明调研方案的实践基础。）  1）、本人在大型传统制造企业从事企业信息化和互联网行业工作多年，主要负责系统产品策划和产品管理工作，有丰富的产品管理理论基础。同时在开题之前，本人阅读了大量线上线下文献，以保证专题研究理论论述的完整性和充分性。  2）、本人当前正在负责一个软件系统产品的新产品开发项目，产品的核心定位就是依托新技术帮助传统制造企业解决其在新产品开发和经营活动中实现数据化辅助决策和智能决策。因此在工作过程中对传统制造企业的新产品开发有深入的了解和沟通，可以准确的保证数据的真实性和完整性。  **已阅读的文献书籍：**  [1]麦肯锡.大数据：下一个创新、竞争和生产率的前沿.全球研究所出版 2011年5月  [2]李国杰，程学旗.大数据研究：未来科技及经济社会发展的重大战略领域.战略与决策 2012,27(6):647-648  [3]易观智库.2017大数据大数据市场年度综合报告.2017  [4]艾瑞咨询.2017中国商业智能行业分析报告.2017  [5]艾瑞咨询.2016中国商业智能行业分析报告2016  [6]罗伯特.新产品开发流程管理—以市场为驱动.电子工业出版社，2013.03  [7]罗宾.卡罗尔.新产品开发 从入门到精通实战指南.人民邮电出版社，2015.07  [8]马克.蒂勒,文森佐.迪斯彭琪齐.管理决策.经济管理出版社，2010.01  [9]Pam Baker.大数据决策 清华大学出版社，2016.06  [10]陈晋光,诗妍.大数据对决策工作的影响及优化路径.领导参考，2016，（9）:50-52  [11]张芳,杨文献.产品生命周期与企业产品开发决策，2015.07  [12]菲利普.科特勒.营销管理（第15版），2016.07 |

III．审查意见

|  |
| --- |
| 1.指导教师审查意见  签字 时间 |
| 2.MBA导师组审查意见  签字 时间 |