

Spis treści

Od autora	9
Przedmowa	11
Podziękowania	15
Wprowadzenie. Proces rozwoju produktu jako droga do zapewnienia konkurencyjności i sukcesu firmy	21
Historyczna transformacja koncernu Ford Motor Company. Opowieść o tym, jak Ford wdrożył odważną strategię, która pozwoliła mu wkroczyć na drogę ku doskonałości produktowej i procesowej	39
 Rozdział 1 PROJEKTOWANIE WŁAŚCIWYCH PRODUKTÓW	 73
 Rozdział 2 SZYBKIE I PRECYZYJNE TWORZENIE NOWEGO PRODUKTU	 127
 Rozdział 3 STABILNOŚĆ I ELASTYCZNOŚĆ. Yin i yang szczyptęgo rozwoju produktów	 171
 Rozdział 4 FORMOWANIE WYDAJNYCH ZESPOŁÓW I PRACOWNIKÓW	 203
 Rozdział 5 PRZYWÓDZTWO W PROCESIE ROZWOJU PRODUKTU	 259
 Rozdział 6 TWORZENIE I STOSOWANIE WIEDZY W RAMACH ORGANIZACJI UCZĄCEJ SIĘ	 301

PROJEKTOWANIE PRZYSZŁOŚCI

Rozdział 7

DAŻENIE DO PERFEKCYJNYCH PRODUKTÓW 343

Rozdział 8

PROJEKTOWANIE PRZYSZŁOŚCI POPRZEZ POŁĄCZENIE STRATEGII Z WYKONANIEM.

Porównanie Toyoty i Tesli 385

Rozdział 9

PROJEKTOWANIE PRZYSZŁOŚCI.

Transformacja procesu rozwoju produktu i procesu 435

O autorach 493