

# The Interface of R&D and Marketing in New Product Development of Automobile Industrial

詹明穎、潘振雄

E-mail: 8301238@mail.dyu.edu.tw

## ABSTRACT

汽車製造業在進行新產品發展活動時，研發部門與行銷部門之間有那些共同工作；二部門對新產品發展工作的負責情形；及對其在認知與實際行為上是否存在差距，而差距對新產品績效是否有影響，及二部門間存在之問題，皆為本研究所探討之主題。研究結果顯示汽車製造業者認為進行新產品發展時最重要及最需改進的工作(以研發與行銷二個角度探討)，及確定界面活動有五項，並得到二點推論：整合多不一定績效高及整合差距與新產品績效呈負相關，最後探討界面問題，將其歸納為五點，並建議及說明運用品質機能展開來解決問題。

Keywords : New Product Development ; Interface ; Integration ; Gap ; QFD

## Table of Contents

0

## REFERENCES

0