

PRODUKT PLANUNG

Hans Gemperle
Friedrich Goubeaud
Klaus Gutowski
Jost Hänny
Walter Hartmann
Mark A. Herzig
Max Lehmann
Rudolf Kühni
Franz Rothenbach
Herbert J. Schmitt
Eberhard C. Stotko
Johannes Winzor
Christof Zangemeister

Verlag Industrielle Organisation Zürich

Inhalt

Vorwort	4
Produktplanung - massgebend für den Unternehmungserfolg	5
Methodische Absatzplanung im Investitionsgüter- bereich	17
Pre-Production: Brachland für Management- Initiativen	43
Problemfelder: Methodisches Instrument der Produkteentwicklung	56
Nutzwertanalyse von Projektalternativen	75
Product Management auf der operativen Ebene	99
Die Wertanalyse als pädagogische Aufgabe	105
Wertanalyse-Ausbildung	118
Das Kosten-Nutzen-Verhältnis der Wertanalyse	136
Nutzen-Kosten-Analysen graphisch dargestellt	162
Produkte systematisch entwickeln	172
Zuverlässigkeit und Systemsicherheit	185
Erfassen, Bewerten und Regeln der Qualität mit dem Computer	191