

مدیریت چرخه عمر محصول

جان استارک

ترجمان:
عبدالله مرکابی لاهیجانی
منصور نسیم الهی

نشر مضمون

این اثر ترجمه‌ای است از:

Product Lifecycle Management
21st Century Paradigm for Product Realisation
John Stark
Springer, 2011

سرشناسه:	استارک، جان، ۱۹۴۸ - م.
عنوان و نام پدیدآور:	Stark, John
مشخصات نشر:	مدیریت چرخه‌ی عمر محصول / جان استارک؛ مترجمان عبدالله توکلی لاهیجانی، منصور حکیم‌الهی. تهران: مضمون، ۱۳۹۵.
مشخصات ظاهری:	۵۷۶ص: مصور، جدول، نمودار.
شابک:	۲۹۰۰۰۰ ریال: 8-25-978-600-5800
وضعیت فهرست‌نویسی:	فیبیا
یادداشت:	عنوان اصلی: Product lifecycle management: 21st century paradigm for product realisation, c2005
موضوع:	فراورده‌های صنعتی -- چرخه عمر
موضوع:	Product life cycle
موضوع:	مدیریت کالا
موضوع:	Product management
شناسه افزوده:	حکیم‌الهی، منصور، ۱۳۶۴ - مترجم
شناسه افزوده:	توکلی لاهیجانی، عبدالله، ۱۳۵۷ - مترجم
رده‌بندی کنگره:	HF۵۴۱۵/۱۲۰۰۰۰۰۰
رده‌بندی دیویی:	۶۵۸/۵
شماره کتابشناسی ملی:	۶۴۴۳۰۷

مدیریت چرخه‌ی عمر - محصول

جان استارک

مترجمان: عبدالله توکلی لاهیجانی، منصور حکیم‌الهی

شمارگان: ۵۰۰ جلد

نوبت چاپ: اول - ۱۳۹۶

قیمت: ۲۹۰۰۰ تومان

شابک: ۸-۲۵-۵۸۰۰-۶۰۰-۹۷۸

تمامی حقوق محفوظ است.

نشانی: تهران - خیابان شریعتی - بالاتر از پل سیدخندان - کوچه‌ی لادن - شماره‌ی ۲۷

تلفن: ۲۲۸۶۴۱۵۷ (۲۱) ۹۸+

mazmoon@iran.ir

فهرست

۳۹		مقدمه
۳۱		فصل اول: مدیریت چرخه عمر محصول
۳۱		۱،۱ مدیریت چرخه عمر محصول
۳۲		۲،۱ فازهای چرخه عمر محصول
۳۳		۳،۱ مدیریت یک محصول، ساده نیست
۳۳		۴،۱ از دست دادن کنترل
۳۷		۵،۱ منشأ مشکلات
۳۷		۶،۱ فرصت های برای جهانی شدن
۳۹		۷،۱ فضای پیش از PLM
۴۰		۸،۱ پارادایم PLM
۴۱		۹،۱ شبکه PLM
۴۲		۱۰،۱ اهمیت PLM
۴۴		۱۱،۱ فواید PLM
۴۵		۱۲،۱ تأثیرات گسترده PLM
۴۷		۱۳،۱ تمرکز و کاربری
۴۸		۱۴،۱ یک پروژه PLM
۴۸		۱۵،۱ قرار گرفتن در سر آغاز
۴۹		۱۶،۱ PLM پروژه های چالش برانگیز
۴۹		۱۷،۱ آغاز پروژه PLM
۵۲		فصل دوم: فضای پیچیده و در حال تغییر
۵۲		۲،۱ تغییر
۵۳		۲،۲ همپوندی ها
۵۵		۳،۲ جهانی سازی
۵۷		۴،۲ تحولات ژئوپلیتیک
۵۸		۵،۲ مسائل اجتماعی و بهداشتی
۵۹		۶،۲ تغییر الگوهای کسب و کار
۶۰		۷،۲ امکانات بهتر در سفر، حمل و نقل، و مخابرات
۶۱		۸،۲ تکنولوژی های جدید و انقلابی
۶۱		۹،۲ کاربری های جدید در سیستم اطلاعات
۶۵		۱۰،۲ ساختار شرکت های جدید
۶۹		۱۱،۲ مهندسی مجدد فرآیند کسب و کار

۶۹	۱۲،۲ نیازهای نوین مشتریان
۷۰	۱۳،۲ ظهور محصولات جهانی
۷۱	۱۴،۲ محصولات
۷۳	۱۵،۲ محصولات مکاترونیک
۷۳	۱۶،۲ ارزش سهامدار
۷۴	۱۷،۲ ذهنیت بازار
۷۵	۱۸،۲ تئوری‌های شرکتی
۷۶	۱۹،۲ مقررات‌زدایی و آزادسازی
۷۶	۲۰،۲ مقررات و تمکین از آن
۷۸	۲۱،۲ قابلیت ردیابی
۷۹	۲۲،۱ استانداردها
۷۹	۲۳،۲ توسعه بازار و دستدار محیط زیست
۸۱	۲۴،۲ تغییر در نقش‌ها
۸۲	۲۵،۲ توزیع نسبی نیروی کار
۸۳	۲۶،۲ تجارت آزاد
۸۳	۲۷،۲ جوامع
۸۳	۲۸،۲ تولید کم‌هزینه و ناب
۸۴	۲۹،۲ مدیریت مالکیت معنوی
۸۴	۳۰،۲ نتیجه و نیازمندی‌ها
۸۶	فصل سوم: مشکلات محصول
۸۶	۱،۳ فضای محصول
۸۷	۲،۳ تجربه زندگی شخصی
۸۷	۱،۲،۳ ماشین لباسشویی
۸۸	۲،۲،۳ تلفن
۸۸	۳،۲،۳ پله برقی
۸۹	۴،۲،۳ قطار
۹۰	۵،۲،۳ تجربیات خصوصی و حرفه‌ای
۹۰	۳،۳ تجربه‌های حرفه‌ای
۹۱	۴،۳ تجربه عمومی
۹۱	۱،۴،۳ الکتربسته
۹۳	۲،۴،۳ خودروها
۹۳	۳،۴،۳ پل‌ها
۹۴	۴،۴،۳ محصولات هوافضایی

۹۵	۵,۴,۳ نیروگاه‌ها
۹۵	۶,۴,۳ محصولات مالی
۹۶	۷,۴,۳ محصولات دیگر
۹۶	۵,۳ توسعه محصول مهم است
۹۸	۶,۳ توسعه محصول مشکل است
۹۸	۷,۳ درس‌های دوره استفاده از محصول
۱۰۰	۸,۳ تبعات
۱۰۲	۹,۳ علت‌ها
۱۰۳	۱,۹,۳ چلش
۱۰۴	۲,۹,۳ جیا
۱۰۴	SR-111 پرر
۱۰۵	۴,۹,۳ علل چندگانه
۱۰۶	۱۰,۳ علل و تدابیر
۱۰۷	۱۱,۳ تدابیر پیشگیرانه و ۱۱,۴
۱۰۸	۱۲,۳ کابوس‌های آینده و حال
۱۰۸	۱,۱۲,۳ این یک کابوس است
۱۱۰	۱۳,۳ درس‌های رشد جهانی
۱۱۲	۱۴,۳ معجزه‌ای روی نخواهد داد
۱۱۴	فصل چهارم: ظهور PLM
۱۱۴	۱,۴ محصول
۱۱۴	۲,۴ چرخه عمر
۱۱۸	۳,۴ تغییر نگاه‌ها به محصول
۱۲۴	۴,۴ ظهور PLM
۱۲۵	۵,۴ پارادایمی جدید
۱۲۶	۶,۴ در طول چرخه عمر
۱۲۶	۷,۴ نگاهی نو
۱۲۷	۱,۷,۴ نگاه به ساخت
۱۲۷	۲,۷,۴ نگاه به شرکت
۱۲۸	۳,۷,۴ نگاه به کارکرد
۱۲۸	۴,۷,۴ نگاه به فعالیت
۱۲۹	۵,۷,۴ نگاه به فعالیت توسعه محصول
۱۲۹	۶,۷,۴ نگاه به موضوع تمرکز
۱۲۹	۷,۷,۴ توجه به صداها

۱۲۹	 نگاه به زمان ۸،۷،۴
۱۳۰	 نگاه به مشتری ۹،۷،۴
۱۳۰	 نگاه به پورتفولیو ۱۰،۷،۴
۱۳۰	 نگاه به محصول ۱۱،۷،۴
۱۳۱	 توجه به روش چرخه عمر محصول ۱۲،۷،۴
۱۳۱	 نگاه به نقش مدیریت ۱۳،۷،۴
۱۳۱	 توجه به سود یا سیاره زمین ۱۴،۷،۴
۱۳۱	 نگاه به فرایندها، داده‌ها، کاربری‌ها ۱۵،۷،۴

فصل پنجم: فرصت‌ها و PLM

۱۳۳	 ۵ فرصت‌های بازار در حال رشد
۱۳۴	 ۲،۵ فرصت‌های فناوری
۱۳۵	 ۳،۵ فرصت‌های علمی
۱۳۶	 ۴،۵ فرصت‌های کالاهای جهانی
۱۳۸	 ۵،۵ فرصت‌های اجتماعی محیطی کالاها
۱۴۰	 ۶،۵ فرصت‌های اینترنت رایگان
۱۴۰	 ۱،۶،۵ مشکلات حل نشده
۱۴۰	 ۲،۶،۵ تغییرات آینده
۱۴۱	 ۳،۶،۵ توازن قدرت
۱۴۲	 ۴،۶،۵ افزایش مقررات
۱۴۲	 ۵،۶،۵ شرکت‌هایی با مدیریت بهتر محصول
۱۴۳	 ۶،۶،۵ انبوه محصولات جدید
۱۴۳	 ۷،۶،۵ افزایش خدمات پشتیبانی محصول در بستر وب
۱۴۴	 ۸،۶،۵ توسعه محصول به کمک کامپیوتر، پیشرفتی فوق‌العاده
۱۴۴	 ۷،۵ انبوه فرصت‌ها
۱۴۵	 ۸،۵ واکنش در برابر فرصت
۱۴۶	 ۹،۵ از فرصت‌ها تا مزیت‌های مفصل
۱۴۹	 فصل ششم: محصول
۱۴۹	 ۱،۶ اهمیت، گستره و نمونه محصول
۱۴۹	 ۱،۱،۶ اهمیت محصول
۱۴۹	 ۲،۱،۶ گستره محصولات
۱۵۰	 ۳،۱،۶ بیش از محصول
۱۵۰	 ۴،۱،۶ نمونه محصول
۱۵۰	 ۵،۱،۶ تعداد محصولات

۱۵۱	۶،۱،۶ اشتراک
۱۵۱	۲،۶ قطعات، اجزا، مؤلفه‌ها، مجموعه‌ها
۱۵۱	۱،۲،۶ گستره قطعات
۱۵۲	۲،۲،۶ تعداد قطعات
۱۵۳	۳،۲،۶ قطعه و محصول
۱۵۳	۳،۶ شناسه
۱۵۳	۱،۳،۶ نیاز به یک شناسه
۱۵۳	۲،۳،۶ نام، شماره
۱۵۴	۳،۳،۶ نام با و شماره‌های داخلی یا سایر نام‌ها و شماره‌ها
۱۵۴	۴،۳،۶ مارک، سریالی
۱۵۴	۵،۳،۶ شماره‌های معنی‌دار
۱۵۵	۶،۳،۶ کلید محصول
۱۵۶	۷،۳،۶ زبان‌های تجاری
۱۵۶	۸،۳،۶ برخی شناسه‌ها به‌کار رفته برای محصولات و قطعات
۱۵۷	۹،۳،۶ نام محصول و نام قصه
۱۵۷	۱۰،۳،۶ نشان تجاری
۱۵۷	۴،۶ نیازمندی‌ها
۱۵۷	۱،۴،۶ خواسته‌های مشتریان
۱۵۸	۲،۴،۶ خواسته‌ها برای یک محصول جهانی
۱۵۹	۵،۶ از خواسته‌ی مشتری تا ویژگی‌های محصول
۱۶۰	۶،۶ استانداردهای شناسایی
۱۶۰	۱،۶،۶ شماره آیتم تجارت جهانی
۱۶۱	۲،۶،۶ شماره استاندارد بین‌المللی کتاب
۱۶۱	۳،۶،۶ هویت بین‌المللی تجهیزات موبایل
۱۶۲	۴،۶،۶ شماره استاندارد بین‌المللی موسیقی
۱۶۲	۵،۶،۶ شماره‌های ثبت CAS
۱۶۲	۷،۶ شناسه یکتا، کلید یکتا
۱۶۳	۸،۶ قابلیت ردیابی
۱۶۳	۹،۶ ارتباط برقرار کردن با شناسه (شناسایی شناسه)
۱۶۳	۱،۹،۶ نوع برقراری ارتباط
۱۶۴	۲،۹،۶ بارکد UPC
۱۶۴	۳،۹،۶ EAN-13
۱۶۴	۱۰،۶ دسته‌بندی محصول

۱۶۴	 ۱،۱۰،۶ دسته‌بندی
۱۶۴	 ۲،۱۰،۶ مزایای دسته‌بندی
۱۶۵	 ۳،۱۰،۶ سیستم‌های دسته‌بندی
۱۶۵	 ۱۱،۶ نسخه‌ها، گونه‌ها، انتخاب‌ها
۱۶۵	 ۱،۱۱،۶ حالت در چرخه عمر
۱۶۶	 ۲،۱۱،۶ نسخه، تکرار
۱۶۶	 ۳،۱۱،۶ گونه، انتخاب
۱۶۶	 ۱۲،۶ مالکیت محصول
۱۶۶	 ۱،۱۲،۶ حقوق مالکیت
۱۶۷	 ۱،۱۲،۶ مالکیت معنوی
۱۶۷	 ۱۳،۶ ساختار محصول، معماری محصول
۱۶۷	 ۱،۱۳،۶ نسخه‌ها
۱۷۰	 ۱۳،۶ سیاه‌نوا
۱۷۱	 ۳،۱۳،۶ معماری محصول
۱۷۲	 ۴،۱۳،۶ سید محصول
۱۷۲	 ۵،۱۳،۶ مدل محصول
۱۷۳	 ۱۴،۶ شرح، تعریف و ارائه محصول
۱۷۴	 ۱۵،۶ از خواسته مشتری تا کارایی
۱۷۴	 ۱۶،۶ هیچ محصولی یک جزیره نیست
۱۷۵	 ۱۷،۶ جالش‌ها
۱۷۵	 ۱۸،۶ راه پیش رو
۱۷۶	 فصل هفتم: داده‌های محصول
۱۷۶	 ۱،۷ محصول و داده‌های آن
۱۷۷	 ۲،۷ مثال‌هایی از داده‌های محصول
۱۷۷	 ۳،۷ مسائل مربوط به داده‌های محصول
۱۷۸	 ۱،۳،۷ دسترسی
۱۷۹	 ۲،۳،۷ کاربری‌ها
۱۷۹	 ۳،۳،۷ بایگانی یا آرشیو کردن
۱۷۹	 ۴،۳،۷ دسترسی پذیری
۱۸۰	 ۵،۳،۷ تغییر
۱۸۰	 ۶،۳،۷ نسخه (کپی‌ها)
۱۸۰	 ۷،۳،۷ محرمانه بودن
۱۸۱	 ۸،۳،۷ تعریف

۱۸۲	۹,۳,۷ داده‌های زائد و تکراری
۱۸۲	۱۰,۳,۷ تبادل داده‌ها
۱۸۳	۱۱,۳,۷ داده در قالب فایل
۱۸۴	۱۲,۳,۷ شرح رسمی
۱۸۴	۱۳,۳,۷ سابقه
۱۸۴	۱۴,۳,۷ سیستم‌های شناسایی و دسته‌بندی
۱۸۵	۱۵,۳,۷ داده‌های متناقض
۱۸۵	۱۶,۳,۷ داده‌های غلط
۱۸۵	۱۷,۳,۷ ما ک توشیح‌شده غیررسمی
۱۸۵	۱۸,۳,۷ ربا
۱۸۶	۱۹,۳,۷ میزان جزئیات
۱۸۶	۲۰,۳,۷ کتابخانه (بانک) ها
۱۸۶	۲۱,۳,۷ مکان‌ها
۱۸۶	۲۲,۳,۷ داده‌هایی با عمر طولانی
۱۸۷	۲۳,۳,۷ ابزار انتقال داده
۱۸۸	۲۴,۳,۷ مفهوم داده‌ها
۱۸۹	۲۵,۳,۷ مالکیت
۱۸۹	۲۶,۳,۷ فراوری
۱۸۹	۲۷,۳,۷ خلق مجدد داده‌های موجود
۱۹۰	۲۸,۳,۷ روابط
۱۹۱	۲۹,۳,۷ نمادها
۱۹۳	۳۰,۳,۷ نقص در قوانین
۱۹۴	۳۱,۳,۷ امنیت
۱۹۵	۳۲,۳,۷ منابع
۱۹۵	۳۳,۳,۷ استانداردها
۱۹۵	۳۴,۳,۷ حالات
۱۹۶	۳۵,۳,۷ ساختار
۱۹۶	۳۶,۳,۷ مدارک در قالب جدول
۱۹۷	۳۷,۳,۷ قابلیت ردیابی
۱۹۷	۳۸,۳,۷ نواقص آموزشی
۱۹۷	۳۹,۳,۷ نوع و قالب
۱۹۸	۴۰,۳,۷ فرکانس به‌روزرسانی
۱۹۸	۴۱,۳,۷ کاربران

۱۹۹	۴۲,۳,۷ کاربردها
۱۹۹	۴۳,۳,۷ داده‌های بی‌قیمت
۲۰۰	۴۴,۳,۷ گونه‌ها و گزینه‌ها
۲۰۰	۴۵,۳,۷ نسخ
۲۰۰	۴۶,۳,۷ نسخ کاربری‌ها (نرم‌افزارها)
۲۰۰	۴۷,۳,۷ نماها
۲۰۱	۴۸,۳,۷ واژگان
۲۰۱	۴۹,۳,۷ حجم داده‌ها
۲۰۲	۴۷ ابر داده‌ها
۲۰۲	۱,۴,۱ جایگاه داده‌ها در مدارک کاغذی
۲۰۳	۲,۴,۱ داده‌هایی درباره داده‌ها
۲۰۳	۳,۴,۷ ریشه‌های داده‌ها
۲۰۵	۵,۷ مدل با
۲۰۵	۱,۵,۷ نیاز به مدل‌ها
۲۰۵	۲,۵,۷ زیرمدل‌ها
۲۰۵	۳,۵,۷ مدل‌های مختلف
۲۰۶	۴,۵,۷ سطوح مختلف یک مدل
۲۰۶	۵,۵,۷ نگرش متکرر
۲۰۶	۶,۵,۷ مشارکت در مدل کردن
۲۰۶	۷,۵,۷ ابزار مدل کردن
۲۰۷	۸,۵,۷ تکنیک‌های مدل کردن
۲۰۸	۹,۵,۷ ویژگی‌های مدل‌ها
۲۰۸	۶,۷ مدل‌های داده محصول
۲۰۸	۱,۶,۷ جریان داده‌ها
۲۰۹	۲,۶,۷ مدل نهاد - ارتباط
۲۱۰	۳,۶,۷ دیاگرام دسته
۲۱۲	۴,۶,۷ دیاگرام وضعیت
۲۱۳	۷,۷ داده‌های محصول یک جزیره نیستند
۲۱۴	۸,۷ چالش‌ها
۲۱۴	۹,۷ مسیر در پیش
۲۱۵	فصل هشتم: فرآیند
۲۱۵	۱,۸ معرفی و تعریف
۲۱۵	۱,۱,۸ فعالیت در طول چرخه عمر

۲۱۵	۲،۱،۸ برنامه‌ریزی فعالیت‌ها
۲۱۸	۳،۱،۸ فرایندهایی برای PLM
۲۱۹	۲،۸ تعریف خصوصیات
۲۲۰	۳،۸ خصوصیات ناخواسته
۲۲۰	۱،۳،۸ نام‌های مبهم
۲۲۱	۲،۳،۸ ویژگی‌های ناخواسته دیگر
۲۲۳	۲،۳،۸ اتلاف فرایند
۲۲۳	۴،۸ فرایند تغییرات مهندسی
۲۲۶	۵،۸ مراحل فرایند تغییرات
۲۲۶	۱،۵،۸ تغییرات در ۳ مرحله
۲۲۷	۲،۵،۸ تغییرات در ۴ مرحله
۲۲۷	۳،۵،۸ تغییرات در ۵ مرحله
۲۲۷	۴،۵،۸ تغییرات در ۶ مرحله
۲۲۸	۵،۵،۸ تغییرات در ۹ مرحله
۲۲۸	۶،۵،۸ تغییرات در ۱۹ مرحله
۲۲۹	۶،۸ بروز مشکلات در تغییرات مهندسی
۲۳۰	۷،۸ گردش کار کاربری، گردش کار محصور
۲۳۰	۱،۷،۸ گردش کار کاربری
۲۳۱	۲،۷،۸ گردش کار محصول
۲۳۴	۸،۸ گردش کار محصول و داده‌های محصول
۲۳۴	۱،۸،۸ گردش کار و داده‌های مرتبط
۲۳۴	۲،۸،۸ جریان
۲۳۶	۹،۸ نگاشت و مدل کردن فرایند
۲۳۶	۱۰،۸ مدیریت فرایند، معیارهای اندازه‌گیری و ارتقاء
۲۳۷	۱۱،۸ ساختار فرایند سلسله‌مراتبی
۲۳۷	۱۲،۸ جریان فعالیت
۲۳۹	۱۳،۸ مدل داده‌ها، نقشه فرایند
۲۴۱	۱۴،۸ نمونه موردی استفاده، توصیف نمونه موردی استفاده
۲۴۳	۱۵،۸ دیگرام نمونه موردی استفاده
۲۴۴	۱۶،۸ هیچ فرایندی یک جزیره نیست
۲۴۴	۱۷،۸ چالش‌ها
۲۴۵	۱۸،۸ راه پیش رو
۲۴۶	فصل نهم: کاربری‌های PLM

۲۴۶	 ۱,۹ مقدمه
۲۴۶	 ۲,۹ نمای کلی کاربری‌ها
۲۴۷	 BOM ۱,۲,۹ کاربری‌های
۲۴۷	 ۲,۲,۹ مدیریت تطابق
۲۴۸	 CSM ۳,۲,۹ کاربری‌های
۲۴۸	 CAD ۴,۲,۹ کاربری‌های
۲۴۹	 CAE ۵,۲,۹ کاربری‌های
۲۴۹	 CAID ۶,۲,۹ کاربری‌های
۲۵۰	 CAM ۷,۲,۹ کاربری‌های
۲۵۰	 CAPE ۸,۲,۹ کاربری‌های
۲۵۰	 CAPP ۹,۱,۱ کاربری‌های
۲۵۱	 CASE ۱۰,۲,۹ کاربری‌ها
۲۵۱	 CIM ۱,۲,۹
۲۵۱	 ۱۲,۲,۹ کاربری‌های تبدیل داده
۲۵۱	 I-CM ۱۳,۲,۹ کاربری‌های
۲۵۲	 ۱۴,۲,۹ کاربری‌های تحت تولید دیجیتال
۲۵۲	 DMU ۱۵,۲,۹ کاربری‌های
۲۵۲	 EDI ۱۶,۲,۹ کاربری‌های
۲۵۲	 EDA ۱۷,۲,۹ کاربری‌های
۲۵۲	 ECM ۱۸,۲,۹ کاربری‌های
۲۵۲	 EDM ۱۹,۲,۹ کاربری‌های
۲۵۲	 FEA ۲۰,۲,۹ کاربری‌های
۲۵۳	 ۲۱,۲,۹ کاربری‌های مدل کردن هندسی
۲۵۳	 ۲۲,۲,۹ کاربری‌های لمسی
۲۵۳	 IM ۲۳,۲,۹ کاربری‌های
۲۵۳	 IPM ۲۴,۲,۹ کاربری‌های
۲۵۴	 KBS ۲۵,۲,۹
۲۵۵	 LCA ۲۶,۲,۹ کاربری‌های
۲۵۵	 MRP 2 ۲۷,۲,۹ کاربری‌های
۲۵۵	 NC ۲۸,۲,۹ کاربری‌های
۲۵۵	 ۲۹,۲,۹ کاربری‌های کاتالوگ قطعات
۲۵۵	 ۳۰,۲,۹ کتابخانه‌های قطعات
۲۵۵	 ۳۱,۲,۹ کاربری‌های دروازه‌ی فاز

۲۵۵	 کاربری‌های مدیریت پورتفولیو (سبد محصول)	۳۲,۲,۹
۲۵۶	 PDM کاربری‌های	۳۳,۲,۹
۲۵۶	 PM کاربری‌های	۳۴,۲,۹
۲۵۶	 RP کاربری‌های	۳۵,۲,۹
۲۵۷	 کاربری‌های مدیریت خواسته‌ها و نیازها	۳۶,۲,۹
۲۵۷	 کاربری‌های مدیریت قابلیت اطمینان	۳۷,۲,۹
۲۵۷	 کاربری‌های شبیه‌سازی	۳۸,۲,۹
۲۵۸	 SCM کاربری‌های	۳۹,۲,۹
۲۵۸	 TDM کاربری‌های	۴۰,۲,۹
۲۵۹	 کاربری‌های انتشارات فنی	۴۱,۲,۹
۲۵۹	 کاربری‌های مدیریت ترجمه	۴۲,۲,۹
۲۵۹	 VR کاربری‌های	۴۳,۲,۹
۲۵۹	 کاربری‌های	۴۴,۲,۹
۲۵۹	 کاربری‌های نرم‌ساز و بازی	۴۵,۲,۹
۲۶۰	 کاربری‌های مصورسازی و مشاهده	۴۶,۲,۹
۲۶۰	 کاربری‌های اسکن سه‌بعدی	۴۷,۲,۹
۲۶۰	 مسائل کاربری‌ها	۳,۹
۲۶۰	 نام مبهم و دامنه کاربرد غیرمشخص	۱,۳,۹
۲۶۱	 جزایر اتوماسیون	۲,۳,۹
۲۶۲	 جزایر واحدها، جزایر تأمین‌کنندگان	۳,۳,۹
۲۶۲	 فصل مشترک و نیاز به یکپارچگی	۴,۳,۹
۲۶۳	 کارکرد مدیریت داده‌های همپوشان	۵,۳,۹
۲۶۳	 «فصول مشترک کاربران» متفاوت	۶,۳,۹
۲۶۳	 تطابق با ساختار سازمانی	۷,۳,۹
۲۶۳	 محدودیت در فضا و بستر فعالیت کاربری‌ها	۸,۳,۹
۲۶۴	 نسخه‌ها	۹,۳,۹
۲۶۴	 کاربری‌های موروثی	۱۰,۳,۹
۲۶۴	 کارکردهای مغفول واقع‌شده	۱۱,۳,۹
۲۶۴	 دسته‌بندی کاربری‌ها	۴,۹
۲۶۵	 روش اول دسته‌بندی	۱,۴,۹
۲۶۵	 روش دوم دسته‌بندی	۲,۴,۹
۲۶۶	 PLM کاربری‌های عمومی و اختصاصی	۵,۹
۲۶۸	 PLM کاربری‌های عمومی	۶,۹

۲۶۸	 ۱،۶،۹ مدیریت داده‌ها/مدیریت مدارک
۲۶۸	 ۲،۶،۹ مدیریت قطعه/ مدیریت محصول/ مدیریت پیکره بندی
۲۶۸	 ۳،۶،۹ مدیریت فرایند/ مدیریت گردش کار
۲۶۸	 ۴،۶،۹ مدیریت برنامه/ مدیریت پروژه
۲۶۹	 ۵،۶،۹ مدیریت همکاری
۲۶۹	 ۶،۶،۹ مصورسازی
۲۶۹	 ۷،۶،۹ یکپارچه سازی
۲۶۹	 ۸،۶،۹ مدیریت زیرساخت‌ها
۲۶۹	 ۹،۶،۹ مدیریت ایده‌ها
۲۷۰	 ۱۰،۶،۹ مدیریت بازخورد محصول
۲۷۰	 ۹ کاربری‌های اختصاصی و وظیفه محور PLM
۲۷۰	 ۱،۷،۹ مدیریت رتفولیوی محصول
۲۷۰	 ۱،۷،۹ مدیریت خلق ایده
۲۷۰	 ۳،۷،۹ مدیریت واسطه ها و ویژگی ها
۲۷۰	 ۴،۷،۹ مدیریت تعریف مرکز محصول
۲۷۱	 ۵،۷،۹ مدیریت مسئولیتی و نامبر کنندگان
۲۷۱	 ۶،۷،۹ مدیریت تولید
۲۷۱	 ۷،۷،۹ مدیریت نگهداری
۲۷۱	 ۸،۷،۹ مدیریت ایمنی، سلامت و محیط زیست
۲۷۱	 ۹،۷،۹ مدیریت مالکیت معنوی
۲۷۱	 ۸،۹ مدیریت کاربری‌ها و داده‌ها
۲۷۲	 ۹،۹ مدیریت داده‌ها بر پایه‌ی فایل
۲۷۳	 ۱،۹،۹ مشکلات با فایل‌ها
۲۷۴	 ۲،۹،۹ فایل‌ها و حوزه‌ها
۲۷۴	 ۱۰،۹ بانک‌های اطلاعاتی و مدیریت داده‌ها
۲۷۴	 ۱،۱۰،۹ سیستم‌های مدیریت بانک اطلاعات
۲۷۵	 ۲،۱۰،۹ DBMS در محیط‌های تجاری
۲۷۶	 ۳،۱۰،۹ تفاوت‌های بانک‌های اطلاعات تجاری و محصول
۲۷۷	 ۴،۱۰،۹ DBMS برای شبه داده‌ها
۲۷۸	 ۵،۱۰،۹ واژگان و ادبیات بانک اطلاعات
۲۸۰	 ۱۱،۹ مدل‌های داده
۲۸۰	 ۱،۱۱،۹ مدل داده سلسله مراتبی
۲۸۱	 ۲،۱۱،۹ مدل داده شبکه‌ای

۲۸۲	۳،۱۱،۹ مدل داده روابطی
۲۸۳	۴،۱۱،۹ مدل داده شیءمحور
۲۸۴	۱۲،۹ هیچ کاربری‌ای در PLM یک جزیره نیست
۲۸۵	۱۳،۹ چالش‌ها
۲۸۵	۱۴،۹ راه پیش رو
۲۸۶	فصل دهم: کاربری PDM
۲۸۶	۱،۱۰ مقدمه
۲۸۶	۲،۱۰ نمای کلی کاربری PDM
۲۸۸	۳،۱۰ اهمیت کاربری PDM
۲۹۰	۴،۱۰ هشت جزء PDM
۲۹۰	۱،۴،۱۰ اطلاعات
۲۹۱	۲،۴،۱۰ مدیریت اطلاعات
۲۹۳	۳،۴،۱۰ زیرساختار
۲۹۴	۴،۴،۱۰ مدیریت اجرایی
۲۹۴	۵،۴،۱۰ مدل فصل مشترک
۲۹۵	۶،۴،۱۰ مدل تعریف ساختار گردش کار - محصول
۲۹۷	۷،۴،۱۰ مدل کنترل گردش کار
۲۹۹	۸،۴،۱۰ مدل مدیریت اطلاعات
۳۰۰	۵،۱۰ مزایای PDM
۳۰۰	۶،۱۰ مسائل مشترک
۳۰۲	۱،۶،۱۰ نامگذاری، قابلیت، دامنه
۳۰۳	۲،۶،۱۰ تغییر و مدیریت ویرایش
۳۰۳	۳،۶،۱۰ فصل مشترک‌ها
۳۰۳	۴،۶،۱۰ مدل داده‌ها، گردش کار
۳۰۴	۵،۶،۱۰ مالکیت، بودجه، پشتیبانی
۳۰۵	۶،۶،۱۰ تناسب با معماری IS
۳۰۵	۷،۶،۱۰ اختصاصی‌سازی، نصب
۳۰۶	۸،۶،۱۰ استفاده روزانه
۳۰۹	۷،۱۰ هیجان بسیار پایین برای مدیریت داده‌ها
۳۱۰	۸،۱۰ هیچ کاربری PDM‌ای یک جزیره منزوی نیست
۳۱۱	۹،۱۰ چالش‌ها
۳۱۲	۱۰،۱۰ راه پیش رو
۳۱۳	فصل یازدهم: افراد

۳۱۳	 ۱،۱۱ مقدمه
۳۱۳	 ۲،۱۱ این یک جنگل است
۳۱۳	 ۱،۲،۱۱ محصولات متفاوت
۳۱۳	 ۲،۲،۱۱ شرکت‌های متفاوت
۳۱۵	 ۳،۲،۱۱ بخش‌های مختلف
۳۱۵	 ۴،۲،۱۱ شغل یکسان عنوان متفاوت
۳۱۵	 ۵،۲،۱۱ عنوان یکسان، شغل متفاوت
۳۱۶	 ۶،۲،۱۱ مکان‌های مختلف
۳۱۶	 ۷،۲،۱۱ پس‌زمینه‌های مختلف
۳۱۶	 ۸،۲،۱۱ سواد کامپیوتری متفاوت
۳۱۶	 ۹،۲،۱۱ نیازهای متفاوت به داده‌ها
۳۱۷	 ۱۰،۲،۱۱ سیاست‌های منابع انسانی متفاوت
۳۱۷	 ۱۱،۲،۱۱ معیارهای مختلف
۳۱۷	 ۱۲،۲،۱۱ سیستم‌های ادانش دهی متفاوت
۳۱۷	 ۱۳،۲،۱۱ زبان‌های مختلف
۳۱۷	 ۱۴،۲،۱۱ فرهنگ‌های متفاوت
۳۱۸	 ۱۵،۲،۱۱ جمعیت در حال تغییر
۳۱۸	 ۱۶،۲،۱۱ نقش‌های متفاوت
۳۱۸	 ۱۷،۲،۱۱ گناهان مشترک
۳۱۸	 ۳،۱۱ پاسخ به PLM
۳۲۰	 ۴،۱۱ PLM در سطوح C
۳۲۰	 ۱،۴،۱۱ مدیریت عامل (CEO)
۳۲۱	 ۲،۴،۱۱ مدیریت مالی (CFO)
۳۲۱	 ۳،۴،۱۱ مدیریت اطلاعات (CIO)
۳۲۱	 ۴،۴،۱۱ مدیریت محصول (CPO)
۳۲۲	 ۵،۱۱ PLM و مدیران
۳۲۲	 ۱،۵،۱۱ طراحان کسب و کار
۳۲۳	 ۲،۵،۱۱ مدیران بازاریابی
۳۲۴	 ۳،۵،۱۱ مدیران تولید
۳۲۴	 ۴،۵،۱۱ مدیران مهندسی
۳۲۵	 ۵،۵،۱۱ مدیران پشتیبانی محصول
۳۲۶	 ۶،۵،۱۱ PLM مدیران
۳۲۶	 ۶،۱۱ PLM و دیگران

۳۲۶	۱۶، ۱۱ کارگران
۳۲۷	۲۶، ۱۱ مهندسان محصول
۳۲۸	۳۶، ۱۱ فروشندگان کاربری
۳۳۰	۴۶، ۱۱ خدمات‌دهندگان
۳۳۰	۷، ۱۱ هیچ کس یک جزیره‌ی منزوی نیست
۳۳۱	۸، ۱۱ چالش‌ها
۳۳۲	۹، ۱۱ راه پیش رو
۳۳۳	فصل دوازدهم: روش‌ها
۳۳۳	۱، ۱۲ مقدمه
۳۳۳	۱، ۱، ۱۲ نیاز
۳۳۴	۲، ۱، ۱۲ برنامه‌های بهمد
۳۳۵	۲، ۱۲ نمایی جامع از روش‌ها
۳۳۵	ABC ۱، ۲، ۱۲
۳۳۵	۲، ۲، ۱۲ مدیریت اتحاد
۳۳۵	۳، ۲، ۱۲ الگوبرداری (محک‌زی)
۳۳۷	BPR ۴، ۲، ۱۲
۳۳۷	CWQC ۵، ۲، ۱۲
۳۳۷	۶، ۲، ۱۲ مهندسی همزمان
۳۳۷	CM ۷، ۲، ۱۲
۳۳۸	۸، ۲، ۱۲ بهبود مستمر
۳۳۸	COQM ۹، ۲، ۱۲
۳۳۹	۱۰، ۲، ۱۲ مشارکت مشتری
۳۳۹	DFA ۱۱، ۲، ۱۲
۳۴۰	DFE ۱۲، ۲، ۱۲
۳۴۰	DFM ۱۳، ۲، ۱۲
۳۴۰	DFR ۱۴، ۲، ۱۲
۳۴۱	DFSS ۱۵، ۲، ۱۲
۳۴۱	DFS ۱۶، ۲، ۱۲
۳۴۱	۱۷، ۲، ۱۲ قواعد طراحی
۳۴۱	DTC ۱۸، ۲، ۱۲
۳۴۲	EMI ۱۹، ۲، ۱۲
۳۴۲	ESI ۲۰، ۲، ۱۲
۳۴۲	FMECA ۲۱، ۲، ۱۲

۳۴۳	FTA ۲۲,۲,۱۲
۳۴۳	GT ۲۳,۲,۱۲
۳۴۳	هوشین کانری ۲۴,۲,۱۲
۳۴۳	JIT ۲۵,۲,۱۲
۳۴۴	کومه هیابو ۲۶,۲,۱۲
۳۴۴	تولید ناب ۲۷,۲,۱۲
۳۴۴	LCA ۲۸,۲,۱۲
۳۴۵	LCD ۲۹,۲,۱۲
۳۴۶	نواوری آزاد ۳۰,۲,۱۲
۳۴۶	متدولوژی فازلاروازه ۳۱,۲,۱۱
۳۴۷	PDCA ۳۲,۲,۱۱
۳۴۷	استراتژی - پلتفرم ۳۳,۲,۱۲
۳۴۸	یوک - یوک ۳۴,۲,۱۲
۳۴۸	آیند ۳۵,۲,۱۲
۳۴۸	مدیریت پروژه ۳۶,۲,۱۲
۳۴۸	QFD ۳۷,۲,۱۲
۳۴۹	رنگاشت (نقشه اه) ۳۸,۲,۱۲
۳۴۹	مهندسی قابلیت اطمینان ۳۹,۲,۱۲
۳۴۹	مهندسی قوی ۴۰,۲,۱۲
۳۵۰	مهندسی مقارن ۴۱,۲,۱۲
۳۵۰	متدولوژی های توسعه نرم افزار ۴۲,۲,۱۲
۳۵۰	استانداردها ۴۳,۲,۱۲
۳۵۱	SPC ۴۴,۲,۱۲
۳۵۱	STEP ۴۵,۲,۱۲
۳۵۲	مهندسی سیستم ۴۶,۲,۱۲
۳۵۲	تکنیک های ناگوچی ۴۷,۲,۱۲
۳۵۲	کار گروهی ۴۸,۲,۱۲
۳۵۳	TCO ۴۹,۲,۱۲
۳۵۳	TQ ۵۰,۲,۱۲
۳۵۳	TQM ۵۱,۲,۱۲
۳۵۳	TRIZ ۵۲,۲,۱۲
۳۵۴	VE و VA ۵۳,۲,۱۲
۳۵۴	۳,۱۲ برخی ویژگی های روش ها

۳۵۵	۱,۳,۱۲ نام مبهم
۳۵۵	۲,۳,۱۲ همپوشانی بین روش‌ها
۳۵۵	۳,۳,۱۲ همپوشانی بین روش‌ها و کاربری‌ها
۳۵۵	۴,۳,۱۲ اشتباه گرفتن دو مفهوم «روش‌ها» و «فرایندها»
۳۵۵	۵,۳,۱۲ تکرار فعالیت‌های جاری
۳۵۶	۶,۳,۱۲ تعریف مبهم
۳۵۶	۷,۳,۱۲ معیارهای سنجش مبهم
۳۵۶	۸,۳,۱۲ سختی در اجرا
۳۵۶	۹,۳,۱۲ تکرار یک روش و سردرگمی
۳۵۶	۱۰,۳,۱۲ فضا بازار
۳۵۷	۴,۱۲ هیچ ررسی یک جزیره منزوی نیست
۳۵۷	۵,۱۲ چالش‌ها
۳۵۸	۶,۱۲ راه پیش رو
۳۵۹	فصل سیزدهم: امکانات و ترمیم‌ها
۳۵۹	۱,۱۲ مقدمه
۳۶۱	۲,۱۲ ویژگی‌ها
۳۶۱	۱,۲,۱۳ دامنه، تخصص‌ها
۳۶۲	۲,۲,۱۳ بازدهی ناب و بالا
۳۶۲	۳,۲,۱۳ اتوماسیون
۳۶۲	۴,۲,۱۳ استانداردها
۳۶۲	۵,۲,۱۳ شبیه‌سازی
۳۶۳	۶,۲,۱۳ هزینه سرمایه‌ی بالا
۳۶۳	۷,۲,۱۳ دانش فنی، آموزش
۳۶۳	۸,۲,۱۳ تنظیم، بازخورد
۳۶۳	۳,۱۳ امکانات و تجهیزات جزایر منزوی نیستند
۳۶۴	۴,۱۳ چالش‌ها
۳۶۵	۵,۱۳ راه پیشرو
۳۶۶	فصل چهاردهم: سنجش‌ها (معیارهای سنجش)
۳۶۶	۱,۱۴ مقدمه
۳۶۷	۲,۱۴ خصوصیات
۳۶۸	۱,۲,۱۴ نام‌گذاری، تعریف
۳۶۸	۲,۲,۱۴ تناسب با کسب و کار
۳۶۹	۳,۲,۱۴ مقدار کنونی

۳۶۹		۴،۲،۱۴	سنجه‌ها و اهداف برای PLM
۳۷۰		۵،۲،۱۴	مثال‌هایی از سنجه‌ها و هدف گذاری برای آنها
۳۷۱		۶،۲،۱۴	تعداد سنجه‌ها و اولویت آنها
۳۷۲		۷،۲،۱۴	تعادل و سازگاری
۳۷۲		۸،۲،۱۴	سطح
۳۷۲		۹،۲،۱۴	گزارش‌دهی و اقدام
۳۷۳		۳،۱۴	پروژه‌های بهبود
۳۷۴		۴،۱۴	واژگان توجیه پروژه
۳۷۷		۵،۱۴	ارزش زمانی پول
۳۷۹		ROI و NPV	
۳۸۱		۱۴	توجیه اقتصادی
۳۸۲		۸،۱۴	شناسایی مرتبط
۳۸۴		۹،۱۴	محیطیات پروژه
۳۸۸		۱۰،۱۴	مدل قیمت گذاری آرابی‌های سودی
۳۸۹		۱۱،۱۴	هیچ سنجه یک جزیره مستقل نیست
۳۹۰		۱۲،۱۴	چالش‌ها
۳۹۰		۱۳،۱۴	راه پیش رو
۳۹۱			فصل پانزدهم: سازمان
۳۹۱		۱،۱۵	مقدمه
۳۹۱		۲،۱۵	ویژگی‌ها
۳۹۲		۱،۲،۱۵	قلمرو
۳۹۲		۲،۲،۱۵	پیچیدگی و روابط داخلی
۳۹۳		۳،۲،۱۵	شناسایی
۳۹۴		۴،۲،۱۵	تشریح جزئیات
۳۹۴		۵،۲،۱۵	مستندسازی
۳۹۶		۶،۲،۱۵	انتقال
۳۹۶		۷،۲،۱۵	به‌کار بستن
۳۹۶		۸،۲،۱۵	مسئولیت
۳۹۶		۳،۱۵	تغییر فضا و سازمان
۳۹۹		۴،۱۵	هیچ سازمانی یک جزیره منزوی نیست
۳۹۹		۵،۱۵	چالش‌ها
۴۰۰		۶،۱۵	راه پیش رو
۴۰۱			فصل شانزدهم: فضای سنتی پیش از PLM

۴۰۱	۱،۱۶ مقدمه
۴۰۱	۲،۱۶ گردش کار سریالی
۴۰۴	۳،۱۶ محیط واحدها
۴۰۶	۴،۱۶ فضای مفشوش مدل کردن
۴۰۸	۵،۱۶ مسائل مربوط به داده‌های محصول
۴۱۳	۶،۱۶ محیط و فضای نامطمئن
۴۱۴	۷،۱۶ بهبود تدریجی
۴۱۵	۸،۱۶ سنتی و مدرن
۴۱۶	۱،۸،۱۶ مدل یا رهبر؟
۴۱۶	۲،۸،۱۶ شش یا پول؟
۴۱۶	۳،۸،۱۶ ترانین یا مأموریت؟
۴۱۷	۴،۸،۱۶ کنترل یا حرکت به سوی؟
۴۱۷	۵،۸،۱۶ آتش‌نشانی یا چشم‌انداز؟
۴۱۷	۶،۸،۱۶ مگا - پروژه یا بهبود مستمر؟
۴۱۸	۷،۸،۱۶ ترس یا اشتیاق؟
۴۱۸	۸،۸،۱۶ وسعت یا تمرکز؟
۴۱۸	۹،۸،۱۶ استخدام یا ارتقا؟
۴۱۸	۱۰،۸،۱۶ فشار یا کمک؟
۴۱۹	۹،۱۶ حرکت به سوی PLM
۴۲۰	فصل هفدهم: مدیریت تغییر
۴۲۰	۱،۱۷ PLM دعوت به تغییر می‌کند
۴۲۲	۲،۱۷ معادله‌ای برای تغییر
۴۲۴	۳،۱۷ افراد
۴۲۷	۴،۱۷ ارتباط
۴۲۹	۵،۱۷ یادگیری
۴۳۱	۶،۱۷ نظام پاداش
۴۳۳	۷،۱۷ تغییر تدریجی
۴۳۴	۸،۱۷ تغییر دفعی و متحولانه
۴۳۷	۹،۱۷ جایگاه رهبر تغییرات
۴۳۷	۱۰،۱۷ اعمال تغییرات
۴۴۰	فصل هجدهم: مباحثی در استراتژی و چشم‌انداز PLM
۴۴۰	۱،۱۸ برخی تعاریف
۴۴۰	۱،۱،۱۸ اهداف

- ۴۴۰ ۲،۱،۱۸ استراتژی
- ۴۴۱ ۳،۱،۱۸ مأموریت
- ۴۴۲ ۴،۱،۱۸ چشم‌انداز
- ۴۴۲ ۵،۱،۱۸ طرح (برنامه)
- ۴۴۳ ۶،۱،۱۸ تاکتیک‌ها
- ۴۴۳ ۷،۱،۱۸ خط مشی
- ۴۴۴ ۲،۱۸ از چشم‌انداز تا طرح (برنامه)
- ۴۴۵ ۳،۱۸ چشم‌اندازی برای PLM
- ۴۴۵ ۴،۱۸ نکات پایه درباره چشم‌انداز PLM
- ۴۴۷ ۱۸ جایگاه چشم‌انداز PLM
- ۴۴۸ ۶،۱۸ سنجش‌ها و چشم‌انداز PLM
- ۴۴۹ ۷،۱۸ در غیا چشم‌انداز PLM
- ۴۵۰ ۸،۱۸ دلایل طراحی چشم‌انداز برای PLM
- ۴۵۲ ۹،۱۸ تفکر در باب چشم‌اندازها
- ۴۵۵ ۱۰،۱۸ خطر دست برداشتن از چشم‌انداز
- ۴۵۸ ۱۱،۱۸ شرح چشم‌انداز و سست شدن در آن
- ۴۶۰ ۱۲،۱۸ استراتژی PLM
- ۴۶۱ ۱۳،۱۸ استراتژی اجرا
- ۴۶۲ ۱۴،۱۸ تجربه‌ی صنعتی تدوین چشم‌انداز
- ۴۶۶ ۱۵،۱۸ پیشرفت به قابلیت حفظ دانش بستگی دارد
- ۴۶۷ ۱۶،۱۸ تشابهات و تفاوت‌ها
- ۴۶۹ فصل نوزدهم: استراتژی‌ها
- ۴۶۹ ۱،۱۹ استراتژی PLM و استراتژی اجرا
- ۴۷۰ ۲،۱۹ استراتژی نظامی
- ۴۷۳ ۳،۱۹ جنگ داخلی آمریکا
- ۴۷۵ ۴،۱۹ فرانسه
- ۴۷۶ ۵،۱۹ کانال انگلیسی
- ۴۷۸ ۶،۱۹ روسیه
- ۴۷۹ ۷،۱۹ اقیانوس اطلس
- ۴۸۱ ۸،۱۹ درس‌های آموخته
- ۴۸۲ ۱،۸،۱۹ تاریخ خود را تکرار می‌کند
- ۴۸۲ ۲،۸،۱۹ در طول زمان استراتژی‌ها تغییر می‌کنند
- ۴۸۲ ۳،۸،۱۹ استراتژی تهاجمی یا تدافعی

۴۸۳	 طیف کوچکی از استراتژی‌های ساده
۴۸۳	 ۵۸،۱۹ استراتژی به اهداف بستگی دارد
۴۸۳	 ۶۸،۱۹ سلسله مراتب استراتژی
۴۸۳	 ۷۸،۱۹ خطر تغییر استراتژی به هنگام اجرا
۴۸۴	 ۹،۱۹ اصول استراتژی نظامی
۴۸۴	 ۱۰،۱۹ استراتژی تولید
۴۸۸	 ۱۱،۱۹ استراتژی شرکت
۴۹۱	 ۱۲،۱۹ اصول استراتژی کسب‌وکار
۴۹۲	 ۱۳،۱۹ اهمیت استراتژی
۴۹۳	 ۱۴،۱۹ اصول استراتژی
۴۹۳	 ۱۱،۱۴،۱۹ اصول استراتژی نظامی
۴۹۳	 ۲،۱۴،۱۹ اصول شرکت
۴۹۴	 ۲،۱۴،۱۹ اصول PLM
۴۹۵	 ۱۵،۱۹ الزامات اصول
۴۹۷	 ۱۶،۱۹ چشم‌انداز، استراتژی و بررسی هم‌انگ برای PLM
۴۹۸	 ۱۷،۱۹ بهبود مستمر
۵۰۱	 فصل بیستم: جلب حمایت اجرایی
۵۰۱	 ۱،۲۰ سرآغاز
۵۰۳	 ۲،۲۰ آنچه‌ان ساده نیست
۵۰۳	 ۳،۲۰ دامنه‌ی فعالیتهای متفاوت
۵۰۴	 ۴،۲۰ تفاوت بین صنایع مختلف
۵۰۸	 ۵،۲۰ تفاوت‌ها در سطح بلوغ PLM
۵۰۸	 ۱،۵،۲۰ سطح ۱: مجمع‌الجزایر PLM
۵۰۹	 ۲،۵،۲۰ سطح ۲: PLM خط‌شکن
۵۰۹	 ۳،۵،۲۰ سطح ۳: PLM در گستره یک بنگاه
۵۱۰	 ۴،۵،۲۰ سطح ۴: PLM سرهم‌بندی
۵۱۰	 ۵،۵،۲۰ سطح ۵: PLM در عمق و گستره بنگاه
۵۱۱	 ۶،۵،۲۰ PLM جهانی
۵۱۱	 ۶،۲۰ دلایل متفاوت برای به‌کارگیری PLM
۵۱۲	 ۱،۶،۲۰ هزینه، کیفیت، زمان، ارتقاء فرایند کسب‌وکار
۵۱۳	 ۲،۶،۲۰ نوآوری
۵۱۴	 ۳،۶،۲۰ تمکین و پیروی
۵۱۴	 ۴،۶،۲۰ محصولات مکترونیک

۵۱۵	 ۵۶,۲۰ مشارکت
۵۱۵	 ۶۶,۲۰ مدیریت مالکیت معنوی
۵۱۶	 ۷,۲۰ پیشروی محدود
۵۱۶	 ۱,۷,۲۰ مدیران میانی
۵۱۶	 ۲,۷,۲۰ مدیران اجرایی
۵۱۷	 ۸,۲۰ شرکت بر سر دوراهی
۵۱۸	 ۹,۲۰ افراد بر سر دوراهی
۵۱۹	 ۱۰,۲۰ درجا زدن
۵۲۰	 ۱۱,۲۰ نمونه‌هایی از دوراهی‌ها در مسیر استقرار PLM
۵۲۴	 ۱۰,۲۰ غلبه بر دوراهی PLM در سه ماه
۵۲۶	 ۲,۲۰ طرح و پروژه PLM
۵۲۹	 ۱۴,۲۰ طرح PLM، از استراتژیک تا تاکتیکی
۵۳۳	 ۱۵,۲۰ درک راه پیش رو
۵۳۴	 ۱,۱۵,۲۰ شرکت ملی تا هکار
۵۳۴	 ۲,۱۵,۲۰ توجیه اقتصادی PLM
۵۳۵	 ۳,۱۵,۲۰ گسترش PLM به PLM
۵۳۵	 ۴,۱۵,۲۰ فشارهای رقابت
۵۳۶	 ۱۶,۲۰ آمادگی برای آغاز PLM در
۵۳۹	 ۱۷,۲۰ نتایج استفاده از رهیافت ده گامی
۵۳۹	 ۱,۱۷,۲۰ درک و کمی کردن گزینه‌ها
۵۳۹	 ۲,۱۷,۲۰ مدیریت شرایط پس از تملک
۵۳۹	 ۳,۱۷,۲۰ PDM به PLM
۵۴۰	 ۴,۱۷,۲۰ آغاز با PLM
۵۴۰	 ۵,۱۷,۲۰ مدیریت تغییرات مهندسی
۵۴۱	 ۶,۱۷,۲۰ شناسایی مزایا و ریسک‌ها
۵۴۱	 ۷,۱۷,۲۰ دو بسته‌ی PLM پیشنهادی
۵۴۱	 ۸,۱۷,۲۰ مزایای مشترک
۵۴۱	 ۱۸,۲۰ برنامه ریزی برای گام‌های بعدی
۵۴۳	 فصل بیست‌ویکم: تدوین چشم‌انداز و استراتژی PLM
۵۴۳	 ۱,۲۱ مراحل و ترتیب تدوین
۵۴۳	 ۲,۲۱ اقدام قابل تحویل در تدوین چشم‌انداز
۵۴۳	 ۱,۲,۲۱ گزارش چشم‌انداز PLM
۵۴۴	 ۲,۲,۲۱ ارائه چشم‌انداز به صورت پاور پوینت

۵۴۵	۳،۲،۲۱ خلاصه یک صفحه‌ای چشم‌انداز PLM
۵۴۵	۳،۲۱ فرایند تدوین چشم‌انداز
۵۴۵	۱،۳،۲۱ افکار اولیه درباره چشم‌انداز
۵۴۸	۲،۳،۲۱ اسبانی برای مسابقه
۵۴۹	۳،۳،۲۱ داده‌های مقامات اجرایی
۵۵۱	۴،۳،۲۱ توجه به رقبا
۵۵۱	۵،۳،۲۱ استفاده از داده‌های مدیران اجرایی و رقبا
۵۵۱	۶،۳،۲۱ بازبینی
۵۵۴	۴،۲۱ تیرگی چشم‌انداز
۵۵۵	۵،۲۱ ساختار چشم‌انداز: برش دادن و خرد کردن
۵۵۶	۶،۲۱ یک فرایند پنج‌گامی
۵۵۷	۷،۲۱ گام اول: جمع‌آوری اطلاعات
۵۵۷	۸،۲۱ گام دوم: شناسایی استراتژی
۵۵۷	۱۸،۲۱ منابع
۵۵۸	۲۸،۲۱ استراتژی
۵۶۰	۳۸،۲۱ الزامات استراتژی
۵۶۴	۴۸،۲۱ الزامات الزامات استراتژی
۵۶۶	۹،۲۱ گام سوم: انتخاب استراتژی مرجع
۵۶۸	۱۰،۲۱ گام چهارم: انتقال استراتژی
۵۶۹	۱۱،۲۱ استراتژی اجرا
۵۷۰	۱۲،۲۱ برنامه‌ی PLM
۵۷۱	۱۳،۲۱ تیم چشم‌انداز و استراتژی PLM
۵۷۴	۱۴،۲۱ افزایش تدریجی دانش PLM

طراحی و توسعه محصولات جدید یکی از منابع اصلی ایجاد ثروت در کشورهای توسعه یافته محسوب می شود، حال آن که این مهم در کشورمان بسیار نوپاست و بنابراین توجه به آن می تواند اقتصاد کشور را از تکیه بر خام فروشی برهاند. تقویت این عرصه نیازمند توجه ویژه به مفاهیم کارآمد و به روز در حوزه محصول است. هدف از ترجمه این کتاب آشنایی خوانندگان با یکی از اساسی ترین مفاهیم در حوزه محصول یعنی مدیریت چرخه عمر محصول، یا PLM است.

PLM در اوایل دهه ۱۹۸۰ میلادی به عنوان پارادایمی جدید در شرکت های تولیدی ظهور کرد و همان گونه که از نامش برمی آید، مدیریت چرخه عمر محصول^۱ شرکت ها را در مدیریت محصولاتشان از شکرگزاری اولین ایده در خصوص محصول تا انتهای عمر محصول و امحای آن، شامل می شود. چرخه عمر محصول، توانمند می سازد، اگر در هر لحظه از سراسر عمر مذکور کنترل محصول از دست شرکت تولیدکننده آن خارج نشود نتایج زیانباری در پی خواهد داشت. مثلاً اگر کنترل در فاز طراحی و توسعه محصول از دست رود محصولی با قیمت بالاتر از قیمت هدف و با تأخیر نسبت به زمان مقرر به بازار می آید و این یعنی آن که محصول خوشبختانه مستثنی نخواهد بود و شکست خواهد خورد. PLM قلب کمپانی یعنی محصول را هدف قرار می دهد و فرآیندهای مرتبط با توسعه محصول را هماهنگ و همراستا می سازد تا محصول در زمان مورد نیاز وارد بازار شود و هزینه های فراخوانی کاهش یابد. PLM کاربردهای متنوعی در قبیل طراحی به کمک کامپیوتر (CAD)، مدیریت اطلاعات محصول (PDM) و سایر ریزی منابع شرکت (ERP)، مدیریت زنجیره ارزش (SCM) و Supply Chain Management و مدیریت روابط مشتری (CRM) را در بر می گیرد.

این کتاب توضیح می دهد که PLM چیست و چرا مورد نیاز است. در این کتاب اجزای PLM معرفی می شوند و به جزئیات اجرای پروژه مدیریت چرخه عمر محصول پرداخته می شود. کتابی که ترجمه گردید شامل سه بخش است: بخش اول به تشریح محیطی که محصول در آن توسعه می یابد می پردازد. در بخش دوم به اجزای اساسی PLM که شامل اطلاعات محصول، فرآیندهای مرتبط، ابزارهای کاربردی لازم، منابع انسانی، تکنیک ها و تجهیزات آن و نهایتاً در بخش سوم به اجرای PLM پرداخته می شود. در کتاب اصلی، قسمت انتهایی بخش سوم یعنی هفت بخش انتهایی به ارائه مثال هایی در خصوص PLM و مباحث تکمیلی در خصوص آن می پردازد که نظر به حجم کنونی

^۱ product lifecycle management

کتاب و قابل استفاده نبودن آن برای اغلب مخاطبان، از ترجمه آن در این مجال صرف نظر نموده ایم و مطالعه آن را تنها به خوانندگان علاقه مند توصیه می نماییم.

www.ketab.ir