الوصف التفصيلي للمواد الدراسية – إجراءات إعداد الخطة الدراسية وتحديثها/ قسم التسويق	QF05/0408-3.0

الكلية	الاعمال	القسم	**التسويق**
اسم المادة الدراسية	تطوير المنتجات وتسعيرها	رقم المادة	**0504413**
الساعات المعتمدة	3	المتطلب السابق/المتزامن للمادة	ادارة التسويق

الوصف المختصر للمادة:

يتضمن تعريف الطالب بأهمية تبني المؤسسات المعاصرة لعمليات تطوير المنتجات الجديدة وبيان المنهجية العلمية المتبعة في عملية تطوير المنتجات الجديدة من بروز الافكار حتى تحويلها الى منتجات وتقديمها للسوق

أهداف ومخرجات التعلم للمادة الدراسية	
الهدف الاول	تعريف الطالب بالاستراتيجيات المتبعة في تطوير المنتجات الجديدة.
مخرجات التعلم للهدف الاول	1.1 ان يكون للطالب قدرة على امتلاك المعرفة والفهم 2.1 اكساب الطالب قدرات ومهارات العمل الجماعي
الهدف الثاني	التعرف على كيفية ادارة المنتجات الجديدة
مخرجات التعلم للهدف الثاني	1.2 ان يكون للطالب القدرة على تطبيق المهارات الادارية 2.2 اكساب الطالب قدرات ومهارات العمل الجماعي
الهدف الثالث	التعرف بأساليب الابداع وخلق الافكار وغربلتها
مخرجات التعلم للهدف الثالث	1.3 ان يكون للطالب القدرة على امتلاك المعرفة والفهم في مجالات التسويق المختلفة 2.3 القدرة على استخدام تكنولوجيا المعلومات لتحقيق الاهداف
الهدف الرابع	تعليم الطالب على التحليل المالي للافكار الجديدة
مخرجات التعلم للهدف الرابع	1.4 القدرة على تطبيق مهارات التفكير الناقد وحل المشكلات باستخدام تقنيات التحليل الكمي والنوعي
الكتاب المعتمد:	1- محمد ابراهيم عبيدات (2010) تطوير المنتجات الجديدة مدخل سلوكي الطبعة الرابعة , دار وائل للنشر (مقيم علميا)
المراجع العلمية:	1- Doglas J .Dalrymple (2001) sales management concepts and cases 7th ed .

التوزيع الزمني				
الاسبوع	عدد الساعات	الموضوعات	الصفحات في الكتاب المعتمد	ملاحظات
01	1 1 1	مقدمة في تطوير المنتجات وتسعيرها مبررات تطوير المنتجات , مسارات تطوير المنتجات المتطلبات التسويقية وتطوير المنتجات	26-15	
02	1 1 1	استراتيجية تطوير المنتجات تعريف التخطيط الاستراتيجي و مراحل التخطيط الاستراتيجي الاهداف الاستراتيجية لتطوير المنتجات الجديدة	40-31	
03	1 1 1	ادارة المنتجات الجديدة المنظور التسويقي لادارة المنتجات الجديدة خطوات عملية ادارة المنتجات الجديدة	90-79	
04	1 1 1	تنظيم المنتجات الجديدة , متطلبات التنظيم اشكال التنظيم ادارة البحث والتطوير	109-95	
05	1 1 1	اساليب الابداع وخلق الافكار دور الادارة في تنفيذ استراتيجية التطوير اساليب التدريب على الابداع , اساليب توليد الافكار ومصادرها	122-111	
06	1 1 1	غربلة الافكار الجديدة , اهداف الغربلة بدائل الغربلة نماذج الغربلة	131-129	
07	1 1 1	التحليل المالي للافكار الجديدة اهداف التحليل – عناصر التحليل مشاكل التحليل – التنبؤ بالمبيعات	151-143	
08	1 1 1	تصميم وتقييم استراتيجية تسويق المنتجات الجديدة محددات قرارات التصميم الخصائص الموضوعية للمنتجات الجديدة – التغليف	177-155	
09	1 1 1	اختبار السوق اهمية اختبار السوق	189-181	

10-11	1 1 1	تعديل واعادة احلال المنتجات السلعية والخدمية العوامل المحددة لتعديل مواصفات المنتجات تنفيذ قرارات تعديل مواصفات المنتجات	196-202	
12	1 1 1	السلع المعمرة والخدمات السلع الصناعية – مؤسسات التوزيع والوسطاء تطوير الاعمال الصغيرة	202-207	
13+14	1 1 1	معنى التقديم النهائي للمنتجات الجديدة الاعتبارات الاساسية للتقديم النهائي نظام التقديم النهائي المنتجات الجديدة –اساليب تقديم نقاط الضعف للمنتجات الجديدة	215-218	
15	1 1 1	نموذج متابعة تقييم المنتجات الجديدة خطة تقييم المنتج الجديد تقديم سلع الموضة –فشل المنتجات الجديدة	219-226	
16	1 1 1	حالات عملية حول مراحل تطوير المنتجات الجديدة	231-270	

طريقة التقييم للمواد النظرية	المشاركة = **10%** الامتحان الأول = **20%** الامتحان الثاني = **20%** الامتحان النهائي =**50%**	**طريقة التقييم للمواد العملية**	اعمال الفصل = **50%** (تقارير، أبحاث، امتحانات يومية) الامتحان النهائي = **50%**

اعتمدت من قبل رئيس القسم	عمر صالح ابو حميدة	**تاريخ الاعتماد**	

معلومات إضافية: (يتم تحديثها في كل فصل دراسي وتعبأ من قبل مدرس المادة)

مدرس المادة		رقم المكتب	
الهاتف الداخلي		البريد الالكتروني	_____@zuj.edu.jo
الساعات المكتبية			