



"الريادة والأبداع في الأعمال"
"Entrepreneurship and
Innovation in Business"

جامعة الزيتونة الأردنية
Al-Zaytoonah University of Jordan
كلية الأعمال
Faculty of Business



"عراقة وجودة"
"Tradition and Quality"

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

الكلية	الاعمال	القسم	التسويق
اسم المادة الدراسية	تطوير المنتجات وتسعيورها	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 7 th ed .



"الريادة والابتداع في الأعمال"
"Entrepreneurship and
Innovation in Business"

جامعة الزيتونة الأردنية
Al-Zaytoonah University of Jordan
كلية الأعمال
Faculty of Business



"عراقة وجودة"
"Tradition and Quality"

الوصف التفصيلي للمواد الدراسية – إجراءات إعداد الخطة الدراسية وتحديثها/ قسم التسويق			QF05/0408-3.0	
التوزيع الزمني				
الاسبوع	عدد الساعات	الموضوعات	الصفحات في الكتاب المعتمد	ملاحظات
01	1	مقدمة في تطوير المنتجات وتسعيرها	26-15	
	1	مبررات تطوير المنتجات , مسارات تطوير المنتجات		
	1	المتطلبات التسويقية وتطوير المنتجات		
02	1	استراتيجية تطوير المنتجات	40-31	
	1	تعريف التخطيط الاستراتيجي و مراحل التخطيط الاستراتيجي		
	1	الاهداف الاستراتيجية لتطوير المنتجات الجديدة		
03	1	ادارة المنتجات الجديدة	90-79	
	1	المنظور التسويقي لادارة المنتجات الجديدة		
	1	خطوات عملية ادارة المنتجات الجديدة		
04	1	تنظيم المنتجات الجديدة , متطلبات التنظيم	109-95	
	1	اشكال التنظيم		
	1	ادارة البحث والتطوير		
05	1	اساليب الابداع وخلق الافكار	122-111	
	1	دور الادارة في تنفيذ استراتيجية التطوير		
	1	اساليب التدريب على الابداع , اساليب توليد الافكار ومصادرها		
06	1	غربة الافكار الجديدة , اهداف الغربة	131-129	
	1	بدائل الغربة		
	1	نماذج الغربة		
07	1	التحليل المالي للافكار الجديدة	151-143	
	1	اهداف التحليل – عناصر التحليل		
	1	مشاكل التحليل – التنبؤ بالمبيعات		
08	1	تصميم وتقييم استراتيجية تسويق المنتجات الجديدة	177-155	
	1	محددات قرارات التصميم		
	1	الخصائص الموضوعية للمنتجات الجديدة – التغليف		
09	1	اختبار السوق	189-181	
	1	اهمية اختبار السوق		
	1			



"الريادة والأبداع في الأعمال"
"Entrepreneurship and
Innovation in Business"

جامعة الزيتونة الأردنية
Al-Zaytoonah University of Jordan
كلية الأعمال
Faculty of Business



"عراقة وجودة"
"Tradition and Quality"

الوصف التفصيلي للمواد الدراسية – إجراءات إعداد الخطة الدراسية وتحديثها/ قسم التسويق			QF05/0408-3.0	
202-196	تعديل وإعادة احلال المنتجات السلعية والخدمية العوامل المحددة لتعديل مواصفات المنتجات تنفيذ قرارات تعديل مواصفات المنتجات	1	10-11	1
		1		
		1		
207-202	السلع المعمرة والخدمات السلع الصناعية – مؤسسات التوزيع والوسطاء تطوير الاعمال الصغيرة	1	12	1
		1		
		1		
218-215	معنى التقديم النهائي للمنتجات الجديدة الاعتبارات الاساسية للتقديم النهائي نظام التقديم النهائي للمنتجات الجديدة – اساليب تقديم نقاط الضعف للمنتجات الجديدة	1	13+14	1
		1		
		1		
226-219	نموذج متابعة تقييم المنتجات الجديدة خطة تقييم المنتج الجديد تقديم سلع الموضوعة – فشل المنتجات الجديدة	1	15	1
		1		
		1		
270-231	حالات عملية حول مراحل تطوير المنتجات الجديدة	1	16	1
		1		
		1		

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	د.نافز نمر علي	تاريخ الاعتماد	2019/10/22
--------------------------	----------------	----------------	------------

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

مدرس المادة	د.نافز نمر علي	رقم المكتب	130
الهاتف الداخلي	156	البريد الالكتروني	N.Ali@zuj.edu.jo
الساعات المكتبية	ح 10-8 ث 10-8 خ 11-8	ن ر	



"الريادة والأبداع في الأعمال"
"Entrepreneurship and
Innovation in Business"

جامعة الزيتونة الأردنية
Al-Zaytoonah University of Jordan
كلية الأعمال
Faculty of Business



"عراقة وجودة"
"Tradition and Quality"

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