



مواصفات مقرر تخطيط وتطوير المنتج

i. معلومات عامة عن المقرر :General information about the course				
تخطيط وتطوير المنتج			اسم المقرر Course Title	
			رمز المقرر ورقمه Course Code and Number	
الإجمالي Total	الساعات المعتمدة Credit Hours			الساعات المعتمدة للمقرر Credit Hours
	سمنار/تمارين Seminar/Tutorial	عملي Practical	محاضرات Lecture	
3	-	-	3	
المستوى الثالث : الفصل الأول			المستوى والفصل الدراسي Study Level and Semester	
مبادئ التسويق			المتطلبات السابقة المقرر (إن وجدت) Pre-requisites (if any)	
			المتطلبات المصاحبة (إن وجدت) Co-requisites (if any)	
بكالوريوس ادارة اعمال- تسويق			البرنامج الذي يدرس له المقرر Program (s) in which the course is offered	
العربية			لغة تدريس المقرر Language of teaching the course	
الفصل الدراسي			نظام الدراسة Study System	
د. فضل المحمودي			معد(و) مواصفات المقرر	



	Prepared By
	تاريخ اعتماد مواصفات المقرر
	Date of Approval

ii. وصف المقرر Course Description:

يهدف هذا المقرر إلى تزويد الطلاب بالمعارف الخاصة بالمفاهيم والنظريات الأساسية بعملية إدارة المنتجات السلعية والخدمية وآليات التخطيط والتطوير للمنتجات القائمة أو المنتجات الجديدة وأهميتها بالنسبة للمنظمات الصناعية والخدمية. كما يشتمل المقرر على استراتيجية المنتجات الجديدة ، وخطوات ومراحل عملية تطوير منتجات جديدة. كما يعرض المقرر لاستراتيجيات تسويق المنتجات الجديدة

iii. مخرجات تعلم المقرر (CILOs) Course Intended Learning Outcomes:

بعد الانتهاء من دراسة المقرر سوف يكون الطالب قادرا على أن:

- a1- يعرف المفاهيم والمبادئ والأسس ذات العلاقة بإدارة المنتجات الجديدة .
- a2- يحدد مراحل عملية تطوير المنتجات الجديدة و استراتيجيات تسويقها.
- a3- يذكر استراتيجيات الأسواق المستهدفة، ويصف أدوات التحليل الاستراتيجي، واستراتيجيات المزيج التسويقي وعناصر الرقابة الاستراتيجية التسويقية.
- b1- يحدد أساليب ومداخل تطوير المنتجات الجديدة. ودور الإبداع في عملية التطوير..
- b2- يشرح مراحل دورة حياة المنتج الجديد و مداخل تصميم وتطوير المنتج الجديد واستراتيجيات تسويق المنتجات الجديدة
- c1 - يشارك باستمرار في عملية تطوير المنتجات الجديدة..
- c2- يصمم وينفذ الاستراتيجيات التسويقية للمنتج الجديد
- d1- يشارك بطريقة بناءه في المناقشات الجماعية المتعلقة بتطوير المنتجات الجديدة في الشركة ..
- d2- يمتلك مهارات الاتصال الفعال وإدارة الوقت بفاعلية
- d3. يكتب التقارير الإدارية والتسويقية ويوصلها إلى المستويات الإدارية المختلفة

iv. مواءمة مخرجات تعلم المقرر مع مخرجات التعلم للبرنامج:

Alignment of CILOs (Course Intended Learning Outcomes) to PILOs (Program Intended Learning Outcomes)



مخرجات التعلم المقصودة من المقرر (Course Intended Learning Outcomes)	مخرجات التعلم المقصودة من البرنامج (Program Intended Learning Outcomes)
a1 - يعرف المفاهيم والمبادئ والأسس ذات العلاقة بإدارة المنتجات الجديدة	A1- يظهر المعرفة والفهم بالمبادئ والنظريات والمفاهيم التسويقية المطبقة في بيئة الأعمال.
a2 - يحدد مراحل عملية تطوير المنتجات الجديدة و استراتيجيات تسويقها .	A2- يبين الاتجاهات الفكرية المعاصرة في مجالات التسويق المختلفة.
-b1 يحدد أساليب ومداخل تطوير المنتجات الجديدة. ودور الابداع في عملية التطوير.	B1. يحلل عناصر المزيج التسويقي المطبق في منظمات الأعمال, الصناعية والخدمية.
- b2 يشرح مراحل دورة حياة المنتج الجديد و مداخل تصميم وتطوير المنتج الجديد واستراتيجيات تسويق المنتجات الجديدة	B4 . يقيم الاستراتيجيات التسويقية والبيعية التي تستخدمها الشركات في الواقع العملي.
-c1 يشارك باستمرار في عملية تطوير المنتجات الجديدة.	C2. يعد الخطط والبرامج التسويقية والبيعية للأسواق الحالية والمستهدفة المحلية والخارجية.
-c2 يصمم وينفذ الاستراتيجيات التسويقية للمنتج الجديد	C1. يوظف النظريات والاستراتيجيات التسويقية, في معالجة المشكلات التسويقية في البيئة المحلية.
-d1 يشارك بطريقة بناءه في المناقشات الجماعية المتعلقة بتطوير المنتجات الجديدة في الشركة.	D1. يشارك في فرق العمل بكفاءة، وبما يمكنه من العمل في مختلف وظائف التسويق والبيع.
-d2 يمتلك مهارات الاتصال الفعال , وإدارة الوقت بفاعلية	D3. يستخدم تكنولوجيا المعلومات في عمليات الاتصال والتواصل في مجال التسويق والبيع الشخصي .
d3 يكتب التقارير الإدارية والتسويقية ويوصلها إلى المستويات الإدارية المختلفة	D3. يستخدم تكنولوجيا المعلومات في عمليات الاتصال والتواصل في مجال التسويق والبيع الشخصي .

مواءمة مخرجات التعلم باستراتيجيات التعليم والتعلم والتقييم Alignment of CILOs to Teaching and Assessment Strategies		
أولاً: مواءمة مخرجات تعلم المقرر (المعارف والفهم) باستراتيجية التعليم والتعلم والتقييم: First: Alignment of Knowledge and Understanding CILOs		
مخرجات المقرر/ المعرفة والفهم Knowledge and Understanding CILOs	استراتيجية التدريس Teaching Strategies	استراتيجية التقييم Assessment Strategies



<ul style="list-style-type: none"> الاختبارات الفصلية . الاختبارات المفاجئة تحليل الحالات . تقييم التقارير والبحوث والتكاليف والواجبات. الاختبار النهائي . 	<ul style="list-style-type: none"> المحاضرات العروض الإيضاحية (الباوربوينت). الحوار والمناقشة. الواجبات المنزلية. الحالات العملية . 	<p>يعرف المفاهيم والمبادئ والأسس ذات العلاقة بإدارة المنتجات الجديدة</p>	- a1
<ul style="list-style-type: none"> الاختبارات الفصلية . الاختبارات المفاجئة تحليل الحالات . تقييم التقارير والبحوث والتكاليف والواجبات. الاختبار النهائي . 	<ul style="list-style-type: none"> المحاضرات العروض الإيضاحية (الباوربوينت). الحوار والمناقشة. الواجبات المنزلية. الحالات العملية . 	<p>يحدد مراحل عملية تطوير المنتجات الجديدة و استراتيجيات تسويقها .</p>	a2

ثانياً: مواعمة مخرجات تعلم المقرر (المهارات الذهنية) باستراتيجية التدريس والتقييم:

Second: Alignment of Intellectual Skills CILOs

استراتيجية التقييم	استراتيجية التدريس	مخرجات المقرر/ المهارات الذهنية	
Assessment Strategies	Teaching Strategies	Intellectual Skills CILOs	
<ul style="list-style-type: none"> الاختبارات الفصلية . تحليل الحالات . تقييم التقارير والبحوث والتكاليف والواجبات. الاختبار النهائي. 	<ul style="list-style-type: none"> المحاضرات والعروض الإيضاحية (الباوربوينت) الحوار والمناقشة. الحالات العملية . وحل المشكلات 	<p>يحدد أساليب ومداخل تطوير المنتجات الجديدة. ودور الابداع في عملية التطوير.</p>	-b1
<ul style="list-style-type: none"> الاختبارات الفصلية . تحليل الحالات . تقييم التقارير والبحوث والتكاليف 	<ul style="list-style-type: none"> المحاضرات والعروض الإيضاحية (الباوربوينت) الحوار والمناقشة. 	<p>يشرح مراحل دورة حياة المنتج الجديد و مداخل تصميم وتطوير المنتج الجديد واستراتيجيات تسويق المنتجات الجديدة</p>	- b2



والواجبات.	• الحالات العملية .		
• الاختبار النهائي.	• وحل المشكلات		
ثالثاً: مواءمة مخرجات تعلم المقرر (المهارات المهنية والعملية) باستراتيجية التدريس والتقييم:			
Third: Alignment of Professional and Practical Skills CILOs			
استراتيجية التقييم	استراتيجية التدريس	مخرجات المقرر/ المهارات المهنية والعملية	
Assessment Strategies	Teaching Strategies	Professional and Practical Skills CILOs	
• الملاحظة الشخصية	• العرض المرئي وإدارة الحوار .	يشارك باستمرار في عملية تطوير المنتجات الجديدة.	-c1
• تقييم البحوث والواجبات ومناقشتها.	• التعليم من خلال المجموعات		
• الاختبارات التحريرية والتطبيقية	• حل المشكلات		
	• التدريب العملي		
• الملاحظة الشخصية	• العرض المرئي وإدارة الحوار .	يصمم وينفذ الاستراتيجيات التسويقية للمنتج الجديد	-c2
• تقييم البحوث والواجبات ومناقشتها.	• التعليم من خلال المجموعات		
• الاختبارات التحريرية والتطبيقية	• حل المشكلات		
	• التدريب العملي		
رابعاً: مواءمة مخرجات تعلم المقرر (المهارات العامة) باستراتيجية التدريس والتقييم:			
Fourth: Alignment of Transferable (General) Skills CILOs			
استراتيجية التقييم	استراتيجية التدريس	مخرجات المقرر	
Assessment Strategies	Teaching Strategies	Transferable (General) Skills CILOs	
• تقويم المناقشات الجماعية.	• كتابة التقارير	يشارك بطريقة بناءة في المناقشات الجماعية المتعلقة بتطوير المنتجات الجديدة في الشركة.	-d1
• تقويم استخدام الطلبة	• التطبيق العملي .		



<ul style="list-style-type: none"> • للحاسوب. • تقويم أداء الطالب أثناء تقديم العرض والتقرير. • الملاحظة الشخصية • المناقشة المستمرة 	<ul style="list-style-type: none"> • تمثيل الأدوار . • الحوار والمناقشة . • إشراك الطلاب في إدراك المهارة وممارستها في الواقع 		
<ul style="list-style-type: none"> • - تقويم المناقشات الجماعية. • - تقويم استخدام الطلبة للحاسوب. • - تقويم أداء الطالب في توصيل المعلومات لزملائه أثناء تقديم العرض والتقرير. • الملاحظة الشخصية • المناقشة المستمرة 	<ul style="list-style-type: none"> • كتابة التقارير • التطبيق العملي . • تمثيل الأدوار . • الحوار والمناقشة . • إشراك الطلاب في إدراك المهارة وممارستها في الواقع 	<p>يمتلك مهارات الاتصال الفعال , وإدارة الوقت بفاعلية</p>	-d2
<ul style="list-style-type: none"> • - تقويم المناقشات الجماعية. • - تقويم استخدام الطلبة للحاسوب. • - تقويم أداء الطالب في توصيل المعلومات لزملائه أثناء تقديم العرض والتقرير. • الملاحظة الشخصية • المناقشة المستمرة 	<ul style="list-style-type: none"> • كتابة التقارير • التطبيق العملي . • تمثيل الأدوار . • الحوار والمناقشة . • إشراك الطلاب في إدراك المهارة وممارستها في الواقع 	<p>يكتب التقارير الإدارية والتسويقية ويوصلها إلى المستويات الإدارية المختلفة</p>	d3

v . موضوعات محتوى المقرر Course Content
أولاً: موضوعات الجانب النظري Theoretical Aspect



رموز مخرجات التعلم للمقرر (CILOs)	الساعات الفعلية Contact Hours	عدد الأسابيع Number of Weeks	الموضوعات التفصيلية Sub Topics List	الموضوعات الرئيسية/ الوحدات Topic List / Units	الرقم Order
a1, a2, b1, c1. d1, d2	3	1	- مفهوم وأهمية الإبداع 0 - الحاجة الى الإبداع . - أنواع ونماذج الإبداع الإبداع مصدر لتحقيق الميزة التنافسية	إدارة الإبداع	1
a1, a2, b2, , c1, . d1, d2	6	2	- المنتج وحاجات ورغبات العملاء - التمايز والإحلال للمنتج ادارة وتحليل محفظة المنتجات	إستراتيجية المنتجات الجديدة	2
a1, a2, b1, b2, c2, d1, d2, d3,	3	1	تعريف المنتج الجديد . تصنيف المنتجات الجديدة . أهمية تطوير منتجات جديدة .. نماذج تطوير المنتجات الجديدة . . عملية التطوير ومكوناتها الرئيسية.	عملية تطوير منتجات جديدة	3
a1,, b2, c2, d1, d2, d3	6	2	ما المقصود بدورة حياة المنتج الجديد وأهميتها .. مراحل دورة حياة المنتج الجديد . البدائل الإستراتيجية الأربعة لدورة حياة المنتج الجديد . الانتقادات الموجهة لدورة حياة المنتج	دورة حياة المنتج الجديد	4
a1, a2, b1, b2, c2, d1, d2,	3	1	- خلق مفاهيم وأفكار المنتجات الجديدة . مقومات ومكونات المفهوم الجديد . وصف المفهوم الجديد . مداخل توليد مفاهيم وأفكار جديدة للمنتج. تحديد أفكار ومشاكل المنتج الجديد .	خلق مفاهيم وأفكار المنتجات الجديدة	5
a1, a2, b1, b2, c2, d1, d2,	3	1	- أهمية اختبار المفهوم الجديد والهدف منه طرق اختبار المفهوم الجديد - مشاكل اختبار مفهوم المنتج الجديد . غربلة أفكار المنتج	اختبار مفهوم المنتج الجديد	6



			الجديد المراحل التمهيديّة قبل الغربة . مداخل غربة الأفكار .		
a1, a2, b1, b2,c2, d1, d2,	6	2	- ماهية تصميم المنتج الجديد - التصميم وعملية تطوير المنتج الجديد . ادارة عملية التصميم	تصميم المنتج الجديد	7
a1, a2, b1, b2,c2, d1, d2,	3	1	- اختبار استخدام المنتج الجديد.. - ضرورة اختبار استخدام المنتج الجديد . - اعتبارات اختبار استخدام المنتج الجديد - لمعرفة المتوقعة من اختبار استخدام المنتج الجديد. القرارات المتعلقة باختبار استخدام المنتج الجديد	اختبار استخدام المنتج الجديد	8
a1, a2, b1, b2,c2, d1, d2,	6	2	- استراتيجية المنتج المتكاملة . - استراتيجيات تسعير المنتج الجديد . - استراتيجية قنوات توزيع المنتج الجديد	استراتيجيات تسويق المنتجات الجديدة	9
a1, a2, b1, b2,c2, d1, d2,	3	1	- الاختبار السوقي للمنتج الجديد - طرق اختبار السوق . - طريقة المبيعات الوهمية - طرق المبيعات تحت السيطرة - طريقة المبيعات الكلية.	اختبار السوق للمنتج الجديد	10
===	42	14	اجمالي عدد الأسابيع والساعات الفعلية		



			Number of Weeks /and Contact Hours Per Semester
--	--	--	---

استراتيجيات التدريس :Teaching Strategies
<ul style="list-style-type: none"> ▪ المحاضرات ▪ حل المشكلات ▪ التعلم التعاوني ▪ العروض التوضيحية ▪ العصف الذهني ▪ تمثيل الادوار ▪ الحوار والمناقشة ▪ التعليم الذاتي

.vi الانشطة والتكليفات :Tasks and Assignments				
م No	الانشطة / التكليف Assignments/ Tasks	الدرجة المستحقة Mark	أسبوع التنفيذ Week Due	مخرجات التعلم CILOs (symbols)
1	انشطه وتكاليف فرديه	10	3,4,7,12,13	a1,a2, ,b1,b2,c1,c2
2	تحضير الطالب الموضوع وعرضه	5	6, 9, 11	a2, b1, b2, c1, c2,
3	الحوار والمشاركة التفاعلية للطلاب في القاعة	5	All Weeks	a1,a2, , b1, b2, c1,c2,d2, d3
	إجمالي الدرجة Total Score	20		=== = =

.vii تقييم التعلم :Learning Assessment
--



مخرجات التعلم CLOs (symbols)	نسبة الدرجة إلى الدرجة النهائية Proportion of Final Assessment	الدرجة Mark	أسبوع التقييم Week	أنشطة التقييم Assessment Tasks	الرقم No.
a1,a2, ,b1,b2,c1,c2	%20	20	4,7,12	الأنشطة والتكاليف	1
a1,a2, , b1, b2, c1,c2,d2, d3	%20	20	8	اختبار تحريري نصفي	2
جميع المخرجات	%60	60	16	الامتحان النهائي	3
===	100%	100		Total الإجمالي	

مصادر التعلم : Learning Resources
1.المراجع الرئيسية (Required Textbook(s): • م مأمون و سهير عكروش (2114) تطوير المنتجات الجديدة : دار وائل للنشر والتوزيع، عمان
2.المراجع المساندة (Essential References): • محمود جاسم الصميدعي , ادارة المنتجات , (٢٠١١) ط1 , دار المسيرة للنشر, عمان الأردن
3.المصادر الإلكترونية ومواقع الإنترنت ... Electronic Materials and Web Sites etc. توجيه الطلبة بالرجوع لمواقع مرتبطة بموضوعات المقرر في الإنترنت.

viii. الضوابط والسياسات المتبعة في المقرر Course Policies	
بعد الرجوع للوائح الجامعة يتم كتابة السياسة العامة للمقرر فيما يتعلق بالآتي:	
1	سياسة حضور الفعاليات التعليمية Class Attendance: - يلتزم الطالب بحضور 75% من المحاضرات ويحرم في حال عدم الوفاء بذلك. - يقدم أستاذ المقرر تقريرا بحضور وغياب الطلاب للقسم ويحرم الطالب من دخول الامتحان في حال تجاوز الغياب 25% ويتم اقرار الحرمان من مجلس القسم.
2	الحضور المتأخر Tardy: - يسمح للطلاب حضور المحاضرة إذا تأخر لمدة ربع ساعة لثلاث مرات في الفصل الدراسي، وإذا تأخر زيادة عن ثلاث مرات يحذر شفويا من أستاذ المقرر، وعند عدم الالتزام يمنع من دخول المحاضرة.



3	ضوابط الامتحان Exam Attendance/Punctuality: - لا يسمح للطالب دخول الامتحان النهائي إذا تأخر مقدار (20) دقيقة من بدء الامتحان - إذا تغيب الطالب عن الامتحان النهائي تطبق اللوائح الخاصة بنظام الامتحان في الكلية.
4	التعيينات والمشاريع Assignments & Projects: - يحدد أستاذ المقرر نوع التعيينات في بداية الفصل ويحدد مواعيد تسليمها وضوابط تنفيذ التكاليف وتسليمها. - إذا تأخر الطالب في تسليم التكاليف عن الموعد المحدد يحرم من درجة التكاليف الذي تأخر في تسليمه.
5	الغش Cheating: - في حال ثبوت قيام الطالب بالغش في الامتحان النصفي أو النهائي تطبق عليه لائحة شؤون الطلاب. - في حال ثبوت قيام الطالب بالغش او النقل في التكاليف والمشاريع يحرم من الدرجة المخصصة للتكاليف.
6	الانتحال Plagiarism: - في حالة وجود شخص ينتحل شخصية طالب لأداء الامتحان نيابة عنه تطبق اللائحة الخاصة بذلك
7	سياسات أخرى Other policies: - أي سياسات أخرى مثل استخدام الموبايل أو مواعيد تسليم التكاليف الخ

خطة مقرر: تخطيط وتطوير المنتج

i. معلومات عن أستاذ المقرر Information about Faculty Member Responsible for the Course						
الساعات المكتبية (أسبوعياً) Office Hours						الاسم Name
الخميس THU	الأربعاء WED	الثلاثاء TUE	الاثنين MON	الأحد SUN	السبت SAT	أ. م. د. فضل المحمودي 777714477
			3			البريد الإلكتروني E-mail dr.fadlalmhmodi@gmail.com



ix. معلومات عامة عن المقرر :General information about the course					
تخطيط وتطوير المنتج			اسم المقرر Course Title	1	
			رمز المقرر ورقمه Course Code and Number	2	
الإجمالي Total	الساعات المعتمدة Credit Hours			الساعات المعتمدة للمقرر Credit Hours	3
	سمنار/تمارين Seminar/Tutorial	عملي Practical	محاضرات Lecture		
3	-	-	3		
المستوى الثالث : الفصل الأول			المستوى والفصل الدراسي Study Level and Semester	4	
مبادئ التسويق			المتطلبات السابقة المقرر (إن وجدت) Pre-requisites (if any)	5	
			المتطلبات المصاحبة (إن وجدت) Co-requisites (if any)	6	
			البرنامج الذي يدرس له المقرر Program (s) in which the course is offered	7	
العربية			لغة تدريس المقرر Language of teaching the course	8	
الفصل الدراسي			نظام الدراسة Study System	9	
د. فضل المحمودي			معد (و) مواصفات المقرر	10	



	Prepared By	
	تاريخ اعتماد مواصفات المقرر	11
	Date of Approval	

.x وصف المقرر Course Description
<p>يهدف هذا المقرر إلى تزويد الطلاب بالمعارف الخاصة بالمفاهيم والنظريات الأساسية بعملية إدارة المنتجات السلعية والخدمية وآليات التخطيط والتطوير للمنتجات القائمة أو المنتجات الجديدة وأهميتها بالنسبة للمنظمات الصناعية والخدمية. كما يشتمل المقرر على إستراتيجية المنتجات الجديدة ، وخطوات ومراحل عملية تطوير منتجات جديدة. كما يعرض المقرر لاستراتيجيات تسويق المنتجات الجديدة</p>

.xi مخرجات تعلم المقرر (CILOs) Course Intended Learning Outcomes
<p>بعد الانتهاء من دراسة المقرر سوف يكون الطالب قادرا على أن:</p> <p>a1- يعرف المفاهيم والمبادئ والأسس ذات العلاقة بإدارة المنتجات الجديدة .</p> <p>a2- يحدد مراحل عملية تطوير المنتحبات الجديدة و استراتيجيات تسويقها.</p> <p>a3- يذكر استراتيجيات الأسواق المستهدفة، ويصف أدوات التحليل الاستراتيجي، واستراتيجيات المزيج التسويقي وعناصر الرقابة الاستراتيجية التسويقية.</p> <p>b1- يحدد أساليب ومداخل تطوير المنتجات الجديدة. ودور الابداع في عملية التطوير..</p> <p>b2- يشرح مراحل دورة حياة المنتج الجديد و مداخل تصميم وتطوير المنتج الجديد واستراتيجيات تسويق المنتجات الجديدة</p> <p>c1 - يشارك باستمرار في عملية تطوير المنتجات الجديدة..</p> <p>c2- يصمم وينفذ الاستراتيجيات التسويقية للمنتج الجديد</p> <p>d1- يشارك بطريقة بناءه في المناقشات الجماعية المتعلقة بتطوير المنتجات الجديدة في الشركة ..</p> <p>d2- يمتلك مهارات الاتصال الفعال , وإدارة الوقت بفاعلية</p> <p>d3. يكتب التقارير الإدارية والتسويقية ويوصلها إلى المستويات الإدارية المختلفة</p>



.xii موضوعات محتوى المقرر Course Content					
أولاً: موضوعات الجانب النظري Theoretical Aspect					
الرقم Order	الموضوعات الرئيسية/ الوحدات Topic List / Units	الموضوعات التفصيلية Sub Topics List	عدد الأسابيع Number of Weeks	الساعات الفعلية Contact Hours	رموز مخرجات التعلم للمقرر (CILOs)
1	إدارة الإبداع	- مفهوم وأهمية الإبداع 0 - الحاجة الى الإبداع . - أنواع ونماذج الإبداع الإبداع مصدر لتحقيق الميزة التنافسية	1	3	a1, a2, b1, c1, d1, d2
2	إستراتيجية المنتجات الجديدة	- المنتج وحاجات ورغبات العملاء . قدرات المنظمة - التمايز والإحلال للمنتج ادارة وتحليل محفظة المنتجات	2	6	a1, a2, b2, , c1, . d1, d2
3	عملية تطوير منتجات جديدة	تعريف المنتج الجديد . تصنيف المنتجات الجديدة . أهمية تطوير منتجات جديدة .. نماذج تطوير المنتجات الجديدة . . عملية التطوير ومكوناتها الرئيسية.	1	3	a1, a2, b1, b2, c2, d1, d2, d3,
4	دورة حياة المنتج الجديد	ما المقصود بدورة حياة المنتج الجديد وأهميتها .. مراحل دورة حياة المنتج الجديد . البدائل الإستراتيجية الأربعة لدورة حياة المنتج الجديد . الانتقادات الموجهة لدورة حياة المنتج	2	6	a1,, b2, c2, d1, d2, d3 ,
5	خلق مفاهيم وأفكار المنتجات الجديدة	- خلق مفاهيم وأفكار المنتجات الجديدة . مقومات ومكونات المفهوم الجديد . وصف المفهوم الجديد . مداخل توليد مفاهيم وأفكار جديدة للمنتج. تحديد أفكار ومشاكل المنتج	1	3	a1, a2, b1, b2, c2, d1, d2,



			الجديد .		
a1, a2, b1, b2,c2, d1, d2,	3	1	- أهمية اختبار المفهوم الجديد والهدف منه طرق اختبار المفهوم الجديد - مشاكل اختبار مفهوم المنتج الجديد . غربلة أفكار المنتج الجديد - المراحل التمهيديّة قبل الغرلة . - مداخل غربلة الأفكار .	اختبار مفهوم المنتج الجديد	6
a1, a2, b1, b2,c2, d1, d2,	6	2	- ماهية تصميم المنتج الجديد . التصميم وعملية تطوير المنتج الجديد . ادارة عملية التصميم .	تصميم المنتج الجديد	7
a1, a2, b1, b2,c2, d1, d2,	3	1	- اختبار استخدام المنتج الجديد.. - ضرورة اختبار استخدام المنتج الجديد . - اعتبارات اختبار استخدام المنتج الجديد - لمعرفة المتوقعة من اختبار استخدام المنتج الجديد. - القرارات المتعلقة باختبار استخدام المنتج الجديد	اختبار استخدام المنتج الجديد	8
a1, a2, b1, b2,c2, d1, d2,	6	2	- استراتيجية المنتج المتكاملة . - استراتيجيات تسعير المنتج الجديد . - استراتيجيّة قنوات توزيع المنتج الجديد	استراتيجيات تسويق المنتجات الجديدة	9
a1, a2, b1, b2,c2, d1, d2,	3	1	- الاختبار السوقي للمنتج الجديد - طرق اختبار السوق .	اختبار السوق للمنتج الجديد	10



			- طريقة المبيعات الوهمية - طرق المبيعات تحت السيطرة - طريقة المبيعات الكلية.	
===	42	14	اجمالي عدد الأسابيع والساعات الفعلية Number of Weeks /and Contact Hours Per Semester	

استراتيجيات التدريس :Teaching Strategies
<ul style="list-style-type: none"> ▪ المحاضرات ▪ حل المشكلات ▪ التعلم التعاوني ▪ العروض التوضيحية ▪ العصف الذهني ▪ تمثيل الادوار ▪ الحوار والمناقشة ▪ التعليم الذاتي

.xiii الانشطة والتكليفات :Tasks and Assignments				
م No	الانشطة / التكليف Assignments/ Tasks	الدرجة المستحقة Mark	أسبوع التنفيذ Week Due	مخرجات التعلم CILOs (symbols)
1	انشطه وتكاليف فريده	10	3,4,7,12,13	a1,a2, ,b1,b2,c1,c2
2	تحضير الطالب الموضوع وعرضه	5	6, 9, 11	a2, b1, b2, c1, c2,



a1,a2, , b1, b2, c1,c2,d2, d3	All Weeks	5	الحوار والمشاركة التفاعلية للطلاب في القاعة	3
===	==	20	Total Score إجمالي الدرجة	

.xiv تقيّم التعلم Learning Assessment:					
مخرجات التعلم CLOs (symbols)	نسبة الدرجة إلى الدرجة Proportion of النهائية Final Assessment	الدرجة Mark	أسبوع التقييم Week due	أنشطة التقييم Assessment Tasks	الرقم No.
a1,a2, ,b1,b2,c1,c2	%20	20	4,7,12	الأنشطة والتكاليف	1
a1,a2, , b1, b2, c1,c2,d2, d3	%20	20	8	اختبار تحريري نصفي	2
جميع المخرجات	%60	60	16	الامتحان النهائي	3
===	100%	100		Total الإجمالي	

مصادر التعلم Learning Resources :).
1.المراجع الرئيسية (Required Textbook(s) : (لا تزيد عن مرجعين)
• م مأمون و سهير عكروش (2114) تطوير المنتجات الجديدة : دار وائل للنشر والتوزيع، عمان
2.المراجع المساندة (Essential References:
• محمود جاسم الصميدعي , ادارة المنتجات , (٢٠١١) ط1 , دار المسيرة للنشر, عمان الأردن
3.المصادر الإلكترونية ومواقع الإنترنت... Electronic Materials and Web Sites etc.
توجيه الطلبة بالرجوع لمواقع مرتبطة بموضوعات المقرر في الإنترنت.



.xv الضوابط والسياسات المتبعة في المقرر Course Policies	
بعد الرجوع للوائح الجامعة يتم كتابة السياسة العامة للمقرر فيما يتعلق بالآتي:	
1	<p>سياسة حضور الفعاليات التعليمية Class Attendance:</p> <ul style="list-style-type: none"> - يلتزم الطالب بحضور 75% من المحاضرات ويحرم في حال عدم الوفاء بذلك. - يقدم أستاذ المقرر تقريراً بحضور وغياب الطلاب للقسم ويحرم الطالب من دخول الامتحان في حال تجاوز الغياب 25% ويتم اقرار الحرمان من مجلس القسم.
2	<p>الحضور المتأخر Tardy:</p> <ul style="list-style-type: none"> - يسمح للطالب حضور المحاضرة إذا تأخر لمدة ربع ساعة لثلاث مرات في الفصل الدراسي، وإذا تأخر زيادة عن ثلاث مرات يحذر شفويًا من أستاذ المقرر، وعند عدم الالتزام يمنع من دخول المحاضرة.
3	<p>ضوابط الامتحان Exam Attendance/Punctuality:</p> <ul style="list-style-type: none"> - لا يسمح للطالب دخول الامتحان النهائي إذا تأخر مقدار (20) دقيقة من بدء الامتحان - إذا تغيب الطالب عن الامتحان النهائي تطبق اللوائح الخاصة بنظام الامتحان في الكلية.
4	<p>التعيينات والمشاريع Assignments & Projects:</p> <ul style="list-style-type: none"> - يحدد أستاذ المقرر نوع التعيينات في بداية الفصل ويحدد مواعيد تسليمها وضوابط تنفيذ التكاليف وتسليمها. - إذا تأخر الطالب في تسليم التكاليف عن الموعد المحدد يحرم من درجة التكليف الذي تأخر في تسليمه.
5	<p>الغش Cheating:</p> <ul style="list-style-type: none"> - في حال ثبوت قيام الطالب بالغش في الامتحان النصفى أو النهائي تطبق عليه لائحة شؤون الطلاب. - في حال ثبوت قيام الطالب بالغش أو النقل في التكاليف والمشاريع يحرم من الدرجة المخصصة للتكليف.
6	<p>الانتحال Plagiarism:</p> <ul style="list-style-type: none"> - في حالة وجود شخص ينتحل شخصية طالب لأداء الامتحان نيابة عنه تطبق اللائحة الخاصة بذلك
7	<p>سياسات أخرى Other policies:</p> <ul style="list-style-type: none"> - أي سياسات أخرى مثل استخدام الموبايل أو مواعيد تسليم التكاليف الخ