|  |  |
| --- | --- |
| **الكلية: الاقتصاد والعلوم الادارية** | |
| **القسم: التسويق الالكتروني والتواصل الاجتماعي** | **البرنامج: البكالوريوس** |
| **العام الجامعي:** | **الفصل الدراسي:** |

****

**خطــة المســاق الدراســي**

|  |
| --- |
| **أولاً: معلومات المساق** |

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| ***رقم المساق:*** **0405331** | | ***اسم المساق: تخطيط وتطوير المنتج*** | ***عدد الساعات:3*** |
| ***المتطلب السابق: مبادئ التسويق*** | | ***رقم الشعبة:*** | ***موعد المحاضرة*** |
| ***طبيعة المساق*** | ***متطلب جامعة إجباري متطلب جامعة إختياري متطلب كلية إجباري***  ***متطلب تخصص إجباري متطلب تخصص إختياري مادة مساندة*** | | |
| ***نمط التعليم*** | ***تعليم وجاهي (وجاهي كامل)***  ***تعليم مدمج (2 وجاهي+1 غير متزامن)***  ***تعليم الكتروني كامل عن بعد (2 متزامن+1 غير متزامن)*** | | |

|  |
| --- |
| **ثانياً : معلومات مدرس المساق** |

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| ***الاســـم:*** | | | ***الرتبة الاكاديمية:*** |
| ***رقم المكتب:*** | | ***الهاتف الفرعي:*** | ***البريد الالكتروني:*** |
| ***الساعات المكتبية*** | ***الاحد الاثنين الثلاثاء الاربعاء الخميس*** | | |

|  |
| --- |
| **ثالثاً: الوصف المختصر للمساق** |

|  |
| --- |
| ويمثل تخطيط المنتجات وتطويرها إحدى القضايا الجدية التي تواجه المنشآت في الوقت الحاضر، خاصة وأن هذه المرحلة تتسم بتنافس قوي بين مرافق الأعمال التجارية. ولتجنب هذه المشاكل التنافسية، طبقت العديد من الشركات الناجحة مبدأ تخطيط المنتجات وتطويرها لمواكبة التطورات الحديثة في مرافق الأعمال |

|  |
| --- |
| **رابعاً: مصـادر التعلـم** |

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| ***الكتاب المقرر:*تطوير المنتجات الجديدة .** | | |  |
| ***المؤلف: الأستاذ الدكتور محمد عبيدات.*** | | ***الطبعة: 4*** | ***السنة: 2016*** |
| ***مصادر إضافية***  ***ومواقع الكترونية*** | * **ادارة المنتجات للدكتور محمود الصميدعي والدكتورة ردينة عثمان ،الطبعه الثانيه,2017.** | | |
| ***طبيعة التدريس*** | ***قاعة دراسية مختبر مشغل* MS Teams Moodle** | | |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **خامساً: مخرجات التعلم للمساق** | | |
| ***الرقم*** | | ***مخرجات التعلم للمساق*** | ***رمز مخرجات تعليم البرنامج المرتبط*** | |
| المعرفةKnowledge | | | | |
| K1 | | **توضيح للمفاهيم والمصطلحات .** | PK1 | |
| K2 | | **ترجمة الفكره** | PK2 | |
| K3 | | **التركيز على الاساليب العلمية الحديثه** | PK3 | |
| K4 | | **توظيف المعرفه النظرية في التطبيق** | PK4 | |
| K5 | | **التركيز على ادامة العلاقات** | PK5 | |
| المهاراتSkills | | | | |
| S1 | | **تطبيق الماده** | PS1 | |
| S2 | | **حل المشكلات** | PS2 | |
| S3 | | **العمل على القيام بمسؤلية في العلاقات الشخصية** | PS3 | |
| S4 | | **الاستماع لوجهة نظر العملاء** | PS4 | |
| S5 | | **تشجيع العمل الجماعي** | PS5 | |
| الكفاياتCompetences | | | | |
| C1 | | **استخدام أساليب متطوره** | PC1 | |
| C2 | | **استخدام أحدث المهارات التكنولوجية** | PC2 | |
| C3 | | **-استخدام الاساليب الحسابية والاحصائية** | PC3 | |
| C4 | | **القدره على الابداع والابتكار** | PC4 | |
| C5 | | **العمل على التكيف مع البيئه الداخلية والخارجيه للمنظمه** | PC5 | |

|  |
| --- |
| **سادساً: هيكل المساق** |

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| المرجع\*\*\* | طرق التعليم\*\* | اجراءات التعليم\* | المواضيع | نتاجات التعلم |
| صفحات الكتاب | محاضرة | **وجاهي** | مقدمة في تطوير المنتجات | K1, K3 |
| صفحات الكتاب | محاضرة | **وجاهي** | مبررات تطوير المنتجات | K1, C5 |
| صفحات الكتاب | تكليف الطالب بواجبات ومهم على الموديل | **وجاهي** | الادارة العليا وتطوير المنتجات مع فريق العمل | K4, K5, S1, S5 |
| صفحات الكتاب | محاضرة | **وجاهي** | المتطلبات التسويقية في تطوير المنتجات | K2 |
| صفحات الكتاب | محاضرة | **وجاهي** | تعريف التخطيط الاستراتيجي | K1 |
| صفحات الكتاب | تكليف الطالب بواجبات ومهم على الموديل | **وجاهي** | عملية التخطيط الاستراتيجي | C4, C5 |
| صفحات الكتاب | محاضرة | **وجاهي** | مراحل التخطيط الاستراتيجي | S5 |
| صفحات الكتاب | محاضرة | **وجاهي** | استراتيجيات تطوير المنتجات والاهداف الاستراتيجية | S2, C2 |
| صفحات الكتاب | تكليف الطالب بواجبات ومهم على الموديل | **وجاهي** | المنتجات الجديدة وسلوك المستهلك | K1, K2 |
| صفحات الكتاب | محاضرة | **وجاهي** | عناصر نشر الابتكارات | C4 |
| صفحات الكتاب | محاضرة | **وجاهي** | خصائص الابتكارات ومقامتها | C4, S2 |
| صفحات الكتاب | تكليف الطالب بواجبات ومهم على الموديل | **وجاهي** | مراحل تبني المنتجات | K5, S3 |
| صفحات الكتاب | محاضرة | **وجاهي** | المنظور التسويقي لإدارة المنتجات الجديدة | C5 |
| صفحات الكتاب | محاضرة | **وجاهي** | اعتبارات اساسية لإدارة المنتجات الجديدة | S1 |
| صفحات الكتاب | تكليف الطالب بواجبات ومهم على الموديل | **وجاهي** | المقومات الاساسية والخطوات الاساسية لإنجاح ادارة علاقات الزبائن | C1, C5 |
| صفحات الكتاب | محاضرة | **وجاهي** | المفاهيم الادارية والاقتصادية لإدارة المنتجات الجديدة | K1 |
| صفحات الكتاب | محاضرة | **وجاهي** | تاثير المنتج الجديد على المنتجات الحالية | S2, C5 |
| صفحات الكتاب | تكليف الطالب بواجبات ومهم على الموديل | **وجاهي** | تنظيم المنتجات الجديدة | K1, K2 |
| صفحات الكتاب | محاضرة | **وجاهي** | متطلبات تنظيم المنتجات الجديدة | C1, C2 |
| صفحات الكتاب | محاضرة | **وجاهي** | ادارة البحث والتطوير | C1, C2, C3 |
| صفحات الكتاب | تكليف الطالب بواجبات ومهم على الموديل | **وجاهي** | دور الادارة في تنفيذ استراتيجية التطوير | S1 |
| صفحات الكتاب | محاضرة | **وجاهي** | اساليب الابداع وخلق الافكار | S3, c1, c2, c3, c4, c5 |
| صفحات الكتاب | محاضرة | **وجاهي** | اساليب الابداع وخلق الافكار | S3,S4, c1, c2, c3, c4, c5 |
| صفحات الكتاب | تكليف الطالب بواجبات ومهم على الموديل | **وجاهي** | دور الخبراء في ايجاد الافكار الجديدة الابداعية | S3, c1, c2, c3, c4, c5 |
| صفحات الكتاب | محاضرة | **وجاهي** | غربلة الافكار الجديدة الاهاف والبدائل | K4, C3, C4 |
| صفحات الكتاب | محاضرة | **وجاهي** | نماذج غربلة الافكار | K4 |
| صفحات الكتاب | تكليف الطالب بواجبات ومهم على الموديل | **وجاهي** | التحليل المالي للأفكار | C3, C2 |
| صفحات الكتاب | محاضرة | **وجاهي** | التحليل المالي للأفكار | C3, C2 |
| صفحات الكتاب | محاضرة | **وجاهي** | تصميم وتقييم استراتيجية تسويق المنتجات | K4,S1 |
| صفحات الكتاب | تكليف الطالب بواجبات ومهم على الموديل | **وجاهي** | محددات قرارات التصميم الاولي | K3 |
| صفحات الكتاب | محاضرة | **وجاهي** | الخصائص الموضوعية للمنتجات | K4 |
| صفحات الكتاب | محاضرة | **وجاهي** | النغليف وقرارات الماركة | K5 |
| صفحات الكتاب | تكليف الطالب بواجبات ومهم على الموديل | **وجاهي** | اعتبارات الخط الانتاجي | C2 |
| صفحات الكتاب | محاضرة | **وجاهي** | اعتبارات الحصة السوقية | C3 |
| صفحات الكتاب | محاضرة | **وجاهي** | العلامة التجارية | K2 |
| صفحات الكتاب | تكليف الطالب بواجبات ومهم على الموديل | **وجاهي** | اختبارات السوق | C3 |
| صفحات الكتاب | محاضرة | **وجاهي** | بدائل اختبار السوق | K3 |
| صفحات الكتاب | محاضرة | **وجاهي** | تعديل واعادة واحلال المنتجات السلعية والخمية | S3 |
| صفحات الكتاب | تكليف الطالب بواجبات ومهم على الموديل | **وجاهي** | التقديم النهائي للمنتجات | S3 |
| صفحات الكتاب | محاضرة | **وجاهي** | مفهوم (Six Sigma) في تطوير المنتج وتحقيق | C2,C3 |
| صفحات الكتاب | محاضرة | **وجاهي** | مفهوم (Six Sigma) في تطوير المنتج وتحقيق | C2,C3 |
| صفحات الكتاب | تكليف الطالب بواجبات ومهم على الموديل | **وجاهي** | مراجعة المادة | K1 |

\* اجراءات التعليم: (وجاهي، متزامن، غير متزامن).\*\*طرق التعليم: (محاضرة، فيديو،... الخ).\*\*\*المرجع: (صفحات الكتاب، محاضرة مسجلة، فيديو،... الخ)

|  |
| --- |
| **سابعا: طرق التقييم** |

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| مخرجات المادة التي يتم قياسها | تعليم وجاهي | تعليم مدمج | تعليم الكتروني كامل | الطرق |
|  | 20 | 0 | 0 | الامتحان الاول |
|  | 20 | 0 | 0 | الامتحان الثاني |
| K1, k2, k3, k4,  s1,c1,k5,s3,c5 | 0 | 35 | 0 | الامتحان النصفي |
|  | 10 | 5 | 0 | المشاركة |
|  | 0 | 10 | 0 | اللقاءات غير المتزامنة |
| All | 50 | 50 | 50 | الامتحان النهائي |

|  |
| --- |
| **ثامناً: سياسات المساق** |

* الالتزام بالموعد المحدد للمحاضرة.
* الالتزام بالتفاعل والمشاركة.
* سيتم إعطاء المحاضرات التفاعلية عبر منصة (. (MS Teams
* سيتم إعطاء الواجبات والاختبارات عبر منصة (Moodle).
* الالتزام بمواعيد حل الوظائف والاختبارات عبر(Moodle).
* الالتزام بالمظهر المناسب أمام الكاميرا مع خلفية مناسبة.
* تطبق أنظمة الجامعة فيما يتعلق بالحضور والغياب عن المحاضرات والامتحانات.
* الأمانة الأكاديمية: الغش أوالانتحال الأدبي أمران غير مقبولين ويعاقب عليهما حسب أنظمة الجامعةوتعليماتها.

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| التوقيع | التاريخ | الاسم | موافقة |
| توقيع الريس | 10/10/2022 | د.اياد خنفر | رئيس القسم |
| C:\Users\6311\AppData\Local\Microsoft\Windows\INetCache\Content.Word\توقيع العميد.png | 10/10/2022 | أ.د. زكريا عزام | عميد الكلية |