

Republic of Yemen



الجمهورية اليمنية

جامعة الأندلس للعلوم والتقنية

توصيف مقرر: تخطيط وتطوير المنتج

صنعا 2016

الصفحة 1 من 11

كلية: العلوم الادارية	توصيف مقرر: تخطيط وتطوير المنتج	قسم: التسويق
-----------------------	---------------------------------	--------------

أولاً: المعلومات العامة عن المقرر:					
1.	اسم المقرر:	تخطيط وتطوير المنتج			
2.	رمز المقرر ورقمه:				
3.	الساعات المعتمدة:	محاضرة	سمنار	عملي	تدريب
		3			
		الإجمالي			
		3			
4.	المستوى	الثالث – الفصل الاول			
5.	المتطلبات السابقة لدراسة المقرر (إن وجدت):	مبادئ التسويق			
6.	المتطلبات المصاحبة لدراسة المقرر (إن وجدت):				
7.	البرنامج/التي يتم فيها تدريس المقرر:	برنامج ادارة التسويق			
8.	لغة تدريس المقرر:	اللغة العربية			
9.	نظام الدراسة:	التعليم عن بعد			
10.	أسلوب الدراسة في البرنامج:				
11.	مكان تدريس المقرر:	الحرم الجامعي			
12.	اسم معد مواصفات المقرر:	دعبد الكريم القفري			
13.	تاريخ اعتماد مجلس الجامعة:	2016م			

ثانياً: وصف المقرر:
يهدف المقرر إلى التعريف بعملية إدارة المنتجات السلعية والخدمية وآليات التخطيط والتطوير للمنتجات القائمة أو المنتجات الجديدة في ضوء دورة حياة المنتج وطبيعة العرض والطلب.
ثالثاً: مخرجات التعلم:
يتوقع من الطالب عند اكمال المقرر بنجاح ان يكون قادرا على ان:
A المعرفة والفهم
1. تعريف الطالب بأهمية مفهوم المنتجات
2. تعريف الطالب بمراحل دورة حياة المنتجات وخصائص كل دورة.
3- تعريف الطالب بأهمية اختبار المنتج والسوق.
B المهارات الذهنية
1- ان يقارن الطالب بين المنتجات السلعية والمنتجات الخدمية
2- ان يشرح الطالب مراحل تطوير المنتجات الجديدة
3- ان يميز الطالب بين الاسواق السلعية ومواصفات المنتجات الحديثة

C. المهارات العملية المهنية

1. القدرة على تخطيط وتصميم المنتجات
2. القدرة على اتخاذ القرارات الخاصة بالاستراتيجيات التسويقية للقطاع السوقي وحسن اختيارها ضمن البيئة التسويقية المحيطة
3. القدرة على تطوير وتطبيق عناصر المزيج التسويقي للمصارف بما يضمن تحقيق اهداف المصارف من ضبط الجودة المقدمة وتلبية حاجات ورغبات العملاء.

D المهارات العامة

- 1- استثمار الطالب معرفته في المعلومات في التطبيق العملي والاتصال بالعملية الانتاجية .
- 2- ربط الطالب المعرفة النظرية بممارسات عملية في تقديم منتجات متطورة تلبي رغبات العملاء
- 3- ممارسة الطالب تخطيط منتجات قادرة على المنافسة وتقديم منتجات مبتكرة

رابعاً: مواعمة مخرجات التعلم باستراتيجيات التدريس والتقويم

أولاً: مواعمة مخرجات تعلم المقرر (المعارف والفهم) باستراتيجية التدريس والتقويم:

مخرجات المقرر / المعرفة والفهم	استراتيجية التدريس	استراتيجية التقويم
<ol style="list-style-type: none"> 1. تعريف الطالب بأهمية مفهوم المنتجات 2. تعريف الطالب بمراحل دورة حياة المنتجات وخصائص كل دورة. 3- تعريف الطالب بأهمية اختبار المنتج والسوق 	<ul style="list-style-type: none"> -المحاضرة الدراسية. تقديم المحاضرات عن طريق الشرح من خلال عرض على برنامج بوربوينت، مع تقديم أمثلة مباشرة من السوق -الحوار العلمي. -التعلم الذاتي 	<ul style="list-style-type: none"> • امتحانات قصيرة • واجبات • تقديم شفوي للأبحاث والتقارير • امتحانات فصالية ونهائية

خامساً: مواعمة مخرجات تعلم المقرر (المهارات الذهنية) باستراتيجية التدريس والتقويم:

مخرجات المقرر/ المهارات الذهنية	استراتيجية التدريس	استراتيجية التقويم
<ol style="list-style-type: none"> 1- ان يقارن الطالب بين المنتجات السلعية والمنتجات الخدمية 2- ان يشرح الطالب مراحل تطوير المنتجات الجديدة 3- ان يميز الطالب بين الاسواق السلعية ومواصفات المنتجات الحديثة 	<ol style="list-style-type: none"> 1-المحاضرة التقليدية 2-الوسائط الإلكترونية ، الانترنت. 3-الحوار المتبادل. 4-المواقف الحوارية. 	<ul style="list-style-type: none"> • امتحانات قصيرة • واجبات • تقديم شفوي للأبحاث والتقارير • امتحانات فصالية ونهائية

سادساً: مواعمة مخرجات تعلم المقرر (المهارات المهنية والعملية) باستراتيجية التدريس والتقويم:

مخرجات المقرر	استراتيجية التدريس	استراتيجية التقويم
---------------	--------------------	--------------------

توصيف مقرر:

<ul style="list-style-type: none"> • امتحانات قصيرة • واجبات • تقديم شفوي • للأبحاث والتقارير • امتحانات فصلية • ونهاية 	<ul style="list-style-type: none"> ١-المحاضرة التقليدية ٢-الوسائط الإلكترونية ، الانترنت . ٣-الحوار المتبادل . ٤-المواقف الحوارية. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. القدرة على تخطيط وتصميم المنتجات 2. القدرة على اتخاذ القرارات الخاصة بالاستراتيجيات التسويقية للقطاع السوقي وحسن اختيارها ضمن البيئة التسويقية المحيطة 3. القدرة على تطوير وتطبيق عناصر المزيج التسويقي للمصارف بما يضمن تحقيق اهداف المصارف من ضبط الجودة المقدمة وتلبية حاجات ورغبات العملاء.
---	---	--

سابعاً: موازنة مخرجات تعلم المقرر (المهارات العامة) باستراتيجية التدريس والتقويم:

استراتيجية التقويم	استراتيجية التدريس	مخرجات المقرر/ العامة
<ul style="list-style-type: none"> • امتحانات قصيرة • واجبات • تقديم شفوي • للأبحاث والتقارير • امتحانات فصلية • ونهاية 	<ul style="list-style-type: none"> ١-المحاضرة التقليدية ٢-الوسائط الإلكترونية ، الانترنت . ٣-الحوار المتبادل . ٤-المواقف الحوارية. 	<ol style="list-style-type: none"> ١-استثمار الطالب معرفته في المعلومات في التطبيق العملي والاتصال بالعملية الانتاجية . ٢- ربط الطالب المعرفة النظرية بممارسات عملية في تقديم منتجات متطورة تلبي رغبات العملاء ٣- ممارسة الطالب تخطيط منتجات قادرة على المنافسة وتقديم منتجات مبتكرة

ثامناً: موضوعات المقرر الرئيسية والفرعية (النظرية والعملية) وربطها بمخرجات التعلم المقصودة للمقرر مع تحديد الساعات المعتمدة لها.

المخرجات	عدد الساعات الفعلية	عدد الأسابيع	المواضيع	الرقم
A1,A2A3., B1,B2.B3 C1.C2.C3 D1.D2D3.	3	1	<ul style="list-style-type: none"> • مقدمة في إدارة المنتجات • أساسيات ادارة المنتجات 	1
A1,A2.,B1,B2. B3C1.C2.C3D .1.D2.D3	3	1	<ul style="list-style-type: none"> • المنتجات • مدخل في تخطيط وتطوير المنتجات • تصميم وتطوير المنتج 	2
A1,A2A3.,B1 ,B2.B3 C1.C2.C3D	3	1	<ul style="list-style-type: none"> • مراحل تطوير المنتجات الجديدة • اختبار المنتج والسوق 	3

A1,A2A3.,B1 ,B2.B3C1.C2. C3.D1.D2.D3	3	1	<ul style="list-style-type: none"> • اختبار المنتج والسوق • دورة حياة المنتجات 	4
A1,A2A3.,B 1,B2.B3 C1.C2.C3D			<ul style="list-style-type: none"> • العمليات المرتبطة بعمليات تطوير المنتجات • مراجعة عامة 	5
	15	5	إجمالي الأسابيع والساعات	

تاسعا: استراتيجيات التدريس:

محاضرات.
تطبيق عملي في المعمل.
واجبات منزلية
مناقشة جماعية
تكاليف جماعية

I. التقييمات والتكاليف:

الرقم	التكليف/النشاط	مخرجات التعلم	الأسبوع	الدرجة
1	حل تدريبات وحدات المرجع الرئيسي	جميع المخرجات	نهاية كل وحدة موضوعية	10 درجات بنسبة 10%

عاشرا: تقويم التعلم:

الرقم	أنشطة التقويم	الأسبوع	الدرجة	نسبة الدرجة إلى درجة التقويم النهائي	المخرجات التي يحققها
1	التكاليف	جميع الأسابيع	10	10%	جميع المخرجات
2	الأنشطة	جميع الأسابيع	10	10%	جميع المخرجات
3	الاختبار النصفى	الأسبوع 3	20	20%	جميع المخرجات
4	الاختبار النهائي	الأسبوع الأخير	60	60%	جميع المخرجات
	المجموع		100	100%	

الحادي عشر: مصادر التعلم:

المرجع الرئيس
د. محمود جاسم الصميدعي. إدارة المنتجات دار المسيرة للنشر ط 1. 2011-عمان-الاردن
المراجع المساعدة
-
مواد إلكترونية وإنترنت: (إن وجدت)

توصيف مقرر:

- 1- المجالات والدوريات والمواقع الإلكترونية.
- 2- محركات البحث العلمية المختلفة
- 3- المكتبة الرقمية
- 4- صحفية الاقتصاد الالكتروني.
- 5- المكتبة الشاملة

الثاني عشر: الضوابط والسياسات المتبعة في المقرر.

بعد الرجوع للوائح الجامعة يتم كتابة السياسة العامة للمقرر فيما يتعلق بالآتي:

الحضور والغياب: تحدها لائحة شؤون الطلاب

الحضور المتأخر: يمنع الطالب من دخول المحاضرة إذا تكرر حضوره المتأخر أكثر من مرة.

ضوابط الاختبارات والامتحانات: كما في اللائحة.

التكليفات / المهام والمشاريع: يسلم الطالب التكاليف في المحدد من قبل استاذ المادة وتعتبر غير مقبولة بعد الوقت المحدد.

الغش: يحرم من مقرر الغش ومادة قبل ومادة بعد.

الانتحال: يفصل سنه من الدراسة.

سياسات أخرى: تحدها لائحة شؤون الطلاب

خطة مقرر: تخطيط وتطوير المنتج

I. معلومات عن مدرس المقرر: تخطيط وتطوير المنتج						
الساعات المكتبية (3 / أسبوعيا)				د. عبد الكريم الفقري		الاسم
الخميس	الأربعاء	الثلاثاء	الاثنين	الأحد	السبت	المكان ورقم الهاتف
						البريد الإلكتروني

II. معلومات عامة عن المقرر:						
تخطيط وتطوير المنتج				1. اسم المقرر:		
				2. رمز المقرر ورقمه:		
المجموع	الساعات				3. الساعات المعتمدة للمقرر:	
	تدريب	عملي	سمنار	نظري		
3				3	4. المستوى والفصل الدراسي:	
المستوى الثالث الفصل الثاني				5. المتطلبات السابقة لدراسة المقرر (إن وجدت):		
لا يوجد				6. المتطلبات المصاحبة لدراسة المقرر (إن وجدت):		
بكالوريوس تسويق				7. البرنامج/ البرامج التي يتم فيها تدريس المقرر:		
قاعات قسم التسويق				8. لغة تدريس المقرر:		
د. عبد الكريم الفقري				9. مكان تدريس المقرر:		

ثانياً: وصف المقرر:
<p>1- تحديد مهام إدارة المنتجات</p> <p>2- التمييز بين أنواع المنتجات والماركات المختلفة.</p> <p>4- التعرف على آليات والسياسات المتبعة في تطوير المنتج الجديد.</p> <p>5- توضيح: العلاقة بين إدارة المنتجات وإدارة التسويق</p> <p>6- توضيح العلاقة بين إدارة المنتجات وإدارة المشروع</p> <p>7- توضيح العلاقة بين إدارة المنتج وإدارة الإنتاج</p>

ثامناً: موضوعات المقرر الرئيسية والفرعية (النظرية والعملية) وربطها بمخرجات التعلم المقصودة للمقرر مع تحديد الساعات المعتمدة لها.

الرقم	المواضيع	عدد الأسابيع	الساعات الفعلية
1	<ul style="list-style-type: none"> مقدمة في إدارة المنتجات اساسيات ادارة المنتجات 	1	3
2	<ul style="list-style-type: none"> المنتجات مدخل في تخطيط وتطوير المنتجات تصميم وتطوير المنتج 	1	3
3	<ul style="list-style-type: none"> مراحل تطوير المنتجات الجديدة احتبار المنتج والسوق 	1	3
4	<ul style="list-style-type: none"> احتبار المنتج والسوق دورة حياة المنتجات 	1	3
5	<ul style="list-style-type: none"> العمليات المرتبطة بعمليات تطوير المنتجات مراجعة عامة 		
	إجمالي الأسابيع والساعات	5	15

الجانب العملي:			
كتابة تجارب (مواضيع / مهام) النشاط العملي			
الرقم	المهام / التجارب العملية	عدد الأسابيع	الساعات الفعلية
1	لا يوجد		
2			
3			
4			
5			
	إجمالي الأسابيع والساعات		

III. استراتيجيات التدريس

المحاضرة، حل المشكلات، المجموعات، المناقشة، التدريبات، التطبيق العملي، الأبحاث والمشاريع، مناقشة جماعية، تكاليف فردية وجماعية

IV. التكاليفات / المهام:			
الرقم	التكليف/النشاط	الأسبوع	الدرجة (إن وجدت)
1	حل تدريبات وحدات المرجع الرئيسي	نهاية كل وحدة موضوعية	10 درجات بنسبة 10%

V. تقويم التعلم:				
الرقم	موضوعات التقويم	موعد التقويم/ اليوم والتاريخ	الدرجة	الوزن النسبي
1.	جميع الوحدات	نهاية كل وحدة	10	10%
2.	جميع الوحدات	جميع الأسابيع	10	10%
3	الوحدات التي تم تدريسها	الاختبار النصفى	20	20%
4	جميع الوحدات	في الامتحانات	60	60%
المجموع				

VI. مصادر التعلم:	
1.	المراجع الرئيسية: محمود جاسم الصميدعي. إدارة المنتجات دار المسيرة للنشر ط 1. 2011-عمان-الاردن
2.	المراجع المساعدة: -
3.	مواد إلكترونية وإنترنت المجلات العملية والدوريات والمواقع الإلكترونية- النشرات

تاسعا: الضوابط والسياسات المتبعة في المقرر.
بعد الرجوع للوائح الجامعة يتم كتابة السياسة العامة للمقرر فيما يتعلق بالآتي:
الحضور والغياب: تحدها لائحة شؤون الطلاب
الحضور المتأخر: يمنع الطالب من دخول المحاضرة إذا تكرر حضوره المتأخر أكثر من مرة.
ضوابط الاختبارات والامتحانات: كما في اللائحة.
التكاليفات / المهام والمشاريع: يسلم الطالب التكاليف في المحدد من قبل استاذ المادة وتعتبر غير مقبولة بعد الوقت المحدد.



توصيف مقرر:

الغش: يحرم من مقرر الغش ومادة قبل ومادة بعد.
الانتحال: يفصل سنه من الدراسة.
سياسات أخرى: تحدد لها لائحة شؤون الطلاب