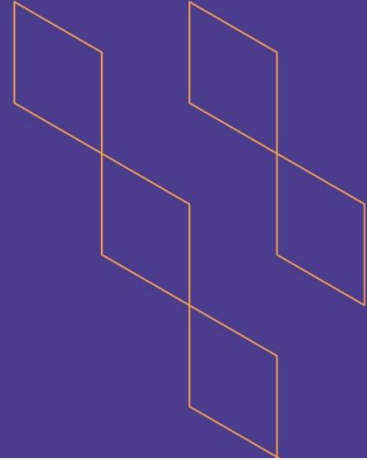




T-104  
2022

## توصيف المقرر الدراسي



اسم المقرر: إدارة المنتجات
رمز المقرر: 254 تسق -3
البرنامج: بكالوريوس التسويق والتجارة الالكترونية
القسم العلمي: التسويق و التجارة الالكترونية
الكلية: العلوم الادارية
المؤسسة: جامعة نجران
نسخة التوصيف: 2023
تاريخ آخر مراجعة: 18- 2- 1445هـ





## المحتويات:

الصفحة	المحتوى
3	أ. معلومات عامة عن المقرر الدراسي
3	1. الوصف العام للمقرر
3	2. الهدف الرئيس للمقرر
3	ب. نواتج التعلم للمقرر واستراتيجيات تدريسها وطرق تقييمها
4	ج. موضوعات المقرر
4	د. أنشطة تقييم الطلبة
5	هـ. مصادر التعلم والمرافق
5	1. قائمة المراجع ومصادر التعلم
5	2. المرافق والتجهيزات المطلوبة
5	و. تقويم جودة المقرر
5	ز. اعتماد التوصيف



## أ. معلومات عامة عن المقرر الدراسي:

التعريف بالمقرر الدراسي			
1. الساعات المعتمدة:		3 ساعات معتمدة	
2. نوع المقرر			
أ.	متطلب جامعة	متطلب كلية	متطلب تخصص
			متطلب مسار <input checked="" type="checkbox"/>
ب.	إجباري	اختياري	<input checked="" type="checkbox"/>
3. السنة / المستوى الذي يقدم فيه المقرر		الرابع	
4. الوصف العام للمقرر:			
يقوم مقرر إدارة المنتجات على تقديم فكرة شاملة عن طبيعة إدارة المنتجات من خلال تعريف الطالب بالمفاهيم و المصطلحات المرتبطة بإدارة المنتجات وتوضيح علاقة إدارة المنتجات بالإدارات المختلفة بالمنظمة و تحليل الاستراتيجيات المتعلقة بتطوير و إدارة المنتجات الجديدة و تقديمها للسوق			
5. المتطلبات السابقة لهذا المقرر (إن وجدت) لا توجد			
6. المتطلبات المتزامنة مع هذا المقرر (إن وجدت) لا توجد			
7. الهدف الرئيس للمقرر: يهدف المقرر الى اكساب الطلاب المعرفة بمجال إدارة المنتجات حتى يتمكنوا من الاستفادة منها بشكل مناسب و كاف في عالم الاعمال عند تسويق المنتجات.			

## 1. نمط التعليم

م	نمط التعليم	عدد الساعات التدريسية	النسبة
1	تعليم اعتيادي	45	% 100
2	التعليم الإلكتروني		
3	التعليم المدمج • التعليم الاعتيادي • التعليم الإلكتروني		
4	التعليم عن بعد		

## 2. الساعات التدريسية (على مستوى الفصل الدراسي)

م	النشاط	ساعات التعلم	النسبة
1	محاضرات	45	% 100
2	معمل أو إستوديو		
3	ميداني		
4	دروس إضافية		
5	أخرى		
	الإجمالي	45	% 100

## ب. نواتج التعلم للمقرر واستراتيجيات تدريسها وطرق تقييمها:

الرمز	نواتج التعلم	رمز ناتج التعلم المرتبط بالبرنامج	استراتيجيات التدريس	طرق التقييم
<b>المعرفة والفهم</b>				
1.0				
1.1	يتعرف: المفاهيم الأساسية المتعلقة بإدارة المنتجات و ابعادها و عملية اختبار المنتج	ع1-1س	1-المحاضرة 2- العصف الذهني 3- الواجبات	الاختبار الفصلي الاختبار النهائي
1.2	يوضح: مفهوم و ابعاد تطوير المنتجات, أسس تصميم و تطوير المنتجات, أبعاد و تصميم و تطوير المنتجات, تخطيط عائلة المنتج, تقييم تصميم و تطوير المنتجات	ع2-2س		
1.3	يذكر: مفاتيح نجاح إدارة المنتجات, العمليات المرتبطة بعملية تطوير المنتجات.	ع3-1س		
1.4	يشرح: استراتيجيات تخطيط و تطوير المنتجات و الاستراتيجيات التسويقية لدورة حياة المنتج, و الاستراتيجيات تطوير المنتجات الجديدة, استراتيجيات تطوير خط المنتج	ع4-2س		
<b>المهارات</b>				
2.0				
2.1	يطبق الية تصميم و تطوير المنتجات و الأثر البيئي على تخطيط و تطوير المنتجات, تأثير الهيكل التنظيمي على تخطيط و تطوير المنتجات .	م1-1ر	1-المحاضرة 2- العصف الذهني 3- الواجبات	الاختبار الفصلي الاختبار النهائي
2.2	يحلل : عملية اختبار المنتج, مراحل عملية اختبار المنتج, اختبار المنتج من قبل الزبائن, اختبار العبوة و الغلاف, اختبار العلامة التجارية, اختبار السوق	م2-2ر		
2.3	يقترح: العمليات المرتبطة بعملية تطوير المنتجات و مراحل تطوير المنتجات الجديدة	م3-2ر		
<b>القيم والاستقلالية والمسؤولية</b>				
3.0				
3.1	يتواصل مع الاخرين بفاعلية كتابياً وشفهياً في مجال إدارة المنتجات.	ق1-1ت	البحوث و الواجبات	استمارة الملاحظة
3.2	يعمل بفاعلية ضمن فريق ومجموعات العمل.	ق2-2ت		

م	قائمة الموضوعات	الساعات التدريسية المتوقعة
1	الوحدة الأولى : طبيعة إدارة المنتجات والخلفية التاريخية لتطوير إدارة المنتجات ومهامها	6
2	الوحدة الثانية : أساسيات إدارة الإنتاج	6
3	الوحدة الثالثة : المنتجات ( المفهوم , الأنواع , دورة حياة المنتجات )	3
4	الوحدة الرابعة : مدخل في تخطيط و تطوير المنتجات	6
5	الوحدة الخامسة : تصميم وتطوير المنتجات	3
6	الوحدة السادسة تطوير المنتجات الجديدة	6
7	الوحدة السابعة : مراحل تطوير المنتجات الجديدة	6
8	الوحدة الثامنة : إختبار المنتج و السوق	6
9	الوحدة التاسعة العمليات المرتبطة بعملية تطوير المنتجات	3
المجموع		45

## د. أنشطة تقييم الطلبة

م	أنشطة التقييم	توقيت التقييم (بالأسبوع)	النسبة من إجمالي درجة التقييم
1	الاختبار الفصلي الأول	الأسبوع السادس	15%
2	الإختبار الفصلي الثاني	الأسبوع الثاني عشر	15%
3	الواجبات	طول الفصل الدراسي	20%
4	الاختبار النهائي	نهاية الفصل الدراسي (يحدد من عمادة القبول والتسجيل)	50%
...			

أنشطة التقييم (اختبار تحريري، شفهي، عرض تقديمي، مشروع جماعي، ورقة عمل وغيره)

## ه. مصادر التعلم والمرافق:

### 1. قائمة المراجع ومصادر التعلم:

إدارة المنتجات, دكتور محمود جاسم و دكتورة ردينة عثمان يوسف, دار المسيرة للنشر, عمان, الأردن 2017	المرجع الرئيس للمقرر
مبادئ التسويق : مفاهيم أساسية , د/ فهد سليم الخطيب و د/ محمد سليمان عواد , دار الفكر للنشر والتوزيع والطباعة , 2005, عمان , الأردن.	المراجع المساندة
1- رابط المكتبة الرقمية السعودية <a href="https://sdl.edu.sa/SDLPortal/Publishers.aspx">https://sdl.edu.sa/SDLPortal/Publishers.aspx</a>	المصادر الإلكترونية
2- رابط مكتبة الملك فهد الوطنية <a href="https://www.kfnl.gov.sa">https://www.kfnl.gov.sa</a>	
لا توجد	أخرى

### 2. المرافق والتجهيزات المطلوبة:



العناصر	متطلبات المقرر
المرافق النوعية (القاعات الدراسية، المختبرات، قاعات العرض، قاعات المحاكاة ... إلخ)	قاعة مجهزة ب 25 مقعد وسبورة
التجهيزات التقنية (جهاز عرض البيانات، السبورة الذكية، البرمجيات)	جهاز عرض data show
تجهيزات أخرى (تبعاً لطبيعة التخصص)	لا يوجد

### و. تقويم جودة المقرر:

مجالات التقويم	المقيمون	طرق التقويم
فاعلية التدريس	الطلبة	مباشر
فاعلية طرق تقييم الطلاب	أعضاء هيئة التدريس	مباشر
مصادر التعلم	أعضاء هيئة التدريس	مباشر
مدى تحصيل مخرجات التعلم للمقرر	أعضاء هيئة التدريس	مباشر

المقيمون (الطلبة، أعضاء هيئة التدريس، قيادات البرنامج، المراجع النظير، أخرى (يتم تحديدها)).  
طرق التقويم (مباشر وغير مباشر).

### ز. اعتماد التوصيف:

جهة الاعتماد	مجلس قسم التسويق والتجارة الإلكترونية
رقم الجلسة	
تاريخ الجلسة	