

## توصيف المواد

(٣:٣-٠)

٣٠٦٣١٣ إدارة المنتجات الجديدة

### New Products Management

متطلب سابق : ٣٠٦٢٠١

يركز هذا المادة على المنتجات كعنصر من عناصر المزيج التسويقي الأكثر أهمية وخطورة وتأثيراً على نجاح المنظمات في عملية التسويق حيث يهدف إلى التعريف بمفهوم المنتجات أبعادها وإستراتيجياتها، قرارات مزيج المنتجات، دورة حياة المنتج واستراتيجياتها التسويقية، مفهوم تطوير وابتكار المنتجات الجديدة، مبررات ابتكار المنتجات الجديدة، إدارة المنتجات الجديدة، مراحل تطوير المنتجات الجديدة، وأسباب فشل المنتجات الجديدة.