**منهاج المادة التعليمية**

**يمية SYLLABUS**

**الابتكار وتطوير المنتجات**

**الميدان :** العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير (D06).. **الشعبة** : العلوم التجارية

**التخصص: التسويق**

**السداسي** **:** الأول **السنة الجامعية :** 2024/ 2025

**التعرف على المادة التعليمية**

**العنوان :**الابتكار وتطوير المنتجات

**وحدة التعليم : أساسية**..............................................................................

**عدد الأرصدة :** 5 **المعامل :** 2

**الحجم الساعي الأسبوعي : ثلاثة (03) ساعات**...........................................

**المحاضرة ( عدد الساعات في الأسبوع ) : 1.30 سا** .................................

**أعمال توجيهية ( عدد الساعات في الأسبوع ) : 1.30 سا** .............................

**أعمال تطبيقية ( عدد الساعات في الأسبوع ) :** .............................

**مسؤول المادة التعليمية**

**الاسم، اللقب، الرتبة :** زويد الزهرة **، أستاذ** محاضرة **(**أ**)**.

**تحديد موقع المكتب ( مدخل ، مكتب ) : رقم (**..**)** ............................

**البريد الالكتروني :** zahra.zouied@yahoo.fr

**رقم الهاتف :**

**توقيت الدرس ومكانه** **: يوم الاثنين (**08 .00 **–** 30. 12**) بالقاعة رقم (109، قاعة4 ترجمة)**.........

**وصف المادة التعليمية**

**المكتسبات (Pré requis):**

***على الطالب أن يكون ملما بمقياسي أساسيات التسويق 01 و02.***

**الهدف العام للمادة التعليمية :**

الهدف العام هو أن يكتسب الطّلبة معرفة تتعلّق بالمشاريع الابتكارية؛ وطرق تطوير المنتجات والدراسات المالية والتجارية اللازمة لذلك.

أهداف التعلم **(المهارات المراد الوصول إليها) :** ( من 3 الى 6 أهداف مع التركيز فقط على الأهداف التي يتم تقييمها)

**الهدف من هذا المقياس إلمام الطالب بمختلف المفاهيم المتعلقة بـ:**

* **فهم خصوصية الابتكار**
* **تحديد مصادر و المساهمين في الابتكار**
* **فهم خصوصيات الابتكار في مجال المنتجات**

**محتوى المادة التعليمية**

1. **تعريف الابتكار وتصنيفاته**
2. **دور الابتكار بالنسبة للمؤسسة**
3. **المساهمين في الابتكار ومصادره**
4. **المفاهيم الجديدة حول الابتكار Open innovation; User innovation; Crowdsourcing; Free innovation**
5. **مراحل عملية الابتكار**
6. **انتشار وتبني الابتكار**
7. **حماية الابتكار**
8. **مفهوم المنتجات الجديدة**
9. **استراتيجيات المنتجات الجديدة**

**طرق التقييم**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **التقييم بالنسبة المئوية** | **العلامة** | **طبيعة الامتحان** |
| 60**%** | 20 | امتحان |
|  |  | امتحان جزئي |
|  |  | أعمال موجهة |
|  |  | أعمال تطبيقية |
| **20%** | 10 | المشروع الفردي |
| **12%** | 06 | الأعمال الجماعية (ضمن فريق) |
|  |  | استجواب (Quizz) |
| **8%** | 04 | المواضبة (الحضور / الغياب ) |
|  |  | عناصر أخرى ( يتم تحديدها ) |
| **100%** | **40** | **المجموع** |

**المصادر والمراجع**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  |  | **المرجع الأساسي الموصى به :** |
| **دار النشر و السنة** | **المؤلف** | **عنوان المرجع** |
| Dunod, 2017 | David Gotteland | L'innovation : de l'idée au lancement |
|  |  | **مراجع الدعم الإضافية (إن وجدت):** |
| **دار النشر و السنة** | **المؤلف** | **عنوان المرجع الأول** |
|  |  |  |
| **دار النشر و السنة** | **المؤلف** | **عنوان المرجع الثاني** |
|  |  |  |

**المخطط الزمني المرتقب**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **التاريخ** | **محتوى الدرس** | **الأسبوع** |
|  | **مدخل لسياسة المنتج** | **الأسبوع الأول** |
|  | **تعريف الابتكار وتصنيفاته** | **الأسبوع الثاني** |
|  | **دور الابتكار بالنسبة للمؤسسة** | **الأسبوع الثالث** |
|  | **المساهمين في الابتكار ومصادره** | **الأسبوع الرابع** |
|  | **المفاهيم الجديدة حول الابتكار** | **الأسبوع الخامس** |
|  | **مراحل عملية الابتكار** | **الأسبوع السادس** |
|  | **انتشار وتبني الابتكار1** | **الأسبوع السابع** |
|  | **انتشار وتبني الابتكار2** | **الاسبوع الثامن** |
|  | **حماية الابتكار** | **الاسبوع التاسع** |
|  | **مفهوم المنتجات الجديدة** | **الاسبوع العاشر** |
|  | **استراتيجيات المنتجات الجديدة1** | **الأسبوع الحادي عشر** |
|  | **استراتيجيات المنتجات الجديدة2** | **الأسبوع الثاني عشر** |
|  | **امتحان نهاية السداسي** | **الاسبوع الثالث عشر** |
|  | **الامتحان الاستدراكي** | **-** |

**الأستـــاذ(ة) المحاضر(ة) : أستاذ(ة) الأعمال الموجهـــة** :

زويد الزهرة زويد الزهرة



