

€ TRAINING

إدارة المنتجات

22 - 26 يونيو 2025
دبي (الإمارات العربية المتحدة)



إدارة المنتجات

رمز الدورة: M1437 تاريخ الإنعقاد: 22 - 26 يونيو 2025 دولة الإنعقاد: دبي (الإمارات العربية المتحدة) - التكلفة: 4400 يورو

مقدمة البرنامج التدريبي:

يهدف هذا البرنامج إلى تعزيز مهارات المشاركين في إدارة المنتجات، مما يمكنهم من فهم كامل لدورة حياة المنتج، بدءًا من مرحلة التخطيط والتطوير إلى التسويق والإطلاق وإدارة الأداء. حيث يركز البرنامج أيضًا على تعزيز القدرات الاستراتيجية والتحليلية لإدارة المنتجات بنجاح في الأسواق التنافسية.

أهداف البرنامج التدريبي:

في نهاية البرنامج سيكون المشاركون قادرين على:

- تطوير فهم شامل لدورة حياة إدارة المنتجات.
- وضع استراتيجيات فعالة لإطلاق المنتجات الجديدة.
- تحسين مهارات تحليل السوق وفهم احتياجات العملاء.
- إتقان إدارة الفرق متعددة التخصصات في عملية تطوير المنتج.
- تحسين المهارات في مراقبة وتحليل أداء المنتج وإجراء التحسينات.

الفئات المستهدفة:

- مديرو المنتجات الحاليون الذين يتطلعون إلى تحسين مهاراتهم.
- مديرو التسويق والمبيعات المشاركون في إدارة المنتجات.
- الموظفون العاملون في تطوير المنتجات الذين يسعون إلى اكتساب مهارات إدارية متقدمة.
- المهندسون والمصممون المهتمون بفهم عملية إدارة المنتجات من منظور استراتيجي.

محاور البرنامج التدريبي:

الوحدة الأولى:

أساسيات إدارة المنتجات:

- مقدمة في إدارة المنتجات ودورها في الأعمال.
- دورة حياة المنتج: من الفكرة إلى النضج.
- تحديد السوق المستهدف وفهم احتياجات العملاء.
- تحليل تنافسية السوق وتحديد فرص المنتج.
- دور مدير المنتج في مختلف مراحل تطوير المنتج.

الوحدة الثانية:

التخطيط وتطوير المنتجات:

- أساليب تطوير المنتجات الجديدة.
- التخطيط الاستراتيجي لمنتجات جديدة.
- إدارة الفرق متعددة التخصصات في تطوير المنتجات.
- تحديد المتطلبات والميزات الرئيسية للمنتج.
- وضع خارطة طريق المنتج والتخطيط للإطلاق.

الوحدة الثالثة:

إطلاق وتسويق المنتجات:

- استراتيجيات إطلاق المنتجات الجديدة.
- إنشاء خطط التسويق لدعم الإطلاق.
- استخدام قنوات التواصل والتسويق الرقمي لتعزيز نجاح المنتج.
- طرق إدارة العلاقات مع العملاء والموزعين خلال مرحلة الإطلاق.
- تقنيات متابعة الاستجابة الأولية في السوق وتعديل استراتيجيات الإطلاق.

الوحدة الرابعة:

إدارة أداء المنتج:

- تحليل مؤشرات الأداء الرئيسية للمنتج KPIs.
- أساليب جمع وتحليل آراء العملاء لتحسين المنتج.
- مراقبة وتحسين دورة حياة المنتج بعد الإطلاق.
- تحليل الإيرادات والمبيعات وتحديد فرص النمو.
- طرق إدارة المنتجات في الأسواق المشبعة أو المتراجعة.

الوحدة الخامسة:

الابتكار واستمرارية المنتج:

- تعزيز الابتكار في إدارة المنتجات.
- التعامل مع التحديات والمخاطر في دورة حياة المنتج.
- استراتيجيات تحسين وتحديث المنتج.
- إدارة المنتجات المتعددة وتحديد الأولويات.
- استخدام البيانات والتكنولوجيا لتحسين إدارة المنتجات.