



حتى التسويق الدورة التدريبية: إدارة دورة حياة البحث والتطوير من الفكرة

Ref: #TDD7980



مقدمة الدورة التدريبية / لمحة عامة:





إلى منتجات وخدمات عملية محورية لنجاح أي مؤسسة (Cycle Management) تُعد إدارة دورة حياة البحث والتطوير (R&D Life) الوصول إلى المستهلك، يتطلب تخطيطاً ناجحة ومربحة في السوق. فمسار الابتكار، من مجرد تسعى لترجمة الأفكار المبتكرة BIG BEN والمخاطر. تهدف هذه الدورة التدريبية المتخصصة من دقيقاً، وتنفيذاً محكماً، وإدارة شاملة للموارد فكرة أولية حتى حياة البحث والتطوير، مما يضمن تدفقاً بالمعرفة والأدوات اللازمة لإتقان كل مرحلة من إلى تزويد المشاركين Training Center وصولاً إلى الأفكار، وتقييم الجدوى، وتطوير النموذج الأولي، سلساً وفعالاً للابتكار. سنتعمق في كيفية توليد مراحل دورة كما سنستكشف أهمية العمليات الرشيقة استراتيجيات التسويق والتدشين الناجح للمنتجات وإجراء الاختبارات والتحسينات، إن فهم هذه الابتكار، وإدارة الملكية الفكرية، والتعامل مع في تسريع وتيرة (Lean) والمنهجيات الهزيلة (Agile) الجديدة. وقت الوصول إلى السوق الجوانب يمكن المؤسسات من تحسين كفاءة عمليات البحث التحديات التي قد تظهر في كل مرحلة. من الابتكارات. تعتمد الدورة على أحدث الممارسات في ، وزيادة احتمالات نجاح (Time-to-Market) والتطوير لديها، وتقليل Crossing the رأى خبراء مرموقين مثل Geoffrey Moore ، مؤلف كتاب مجال إدارة الابتكار وتطوير المنتجات، مستلهمة وكيفية تجاوز "الفجوة" بين المتبنين تواجه الشركات عند تقديم الابتكارات الجديدة إلى ، الذي يتناول التحديات التي Chasm الأوائل والسوق الرئيسي. إن التعمق في هذه السوق الواسع



من الفكرة حتى التسويق. اللازمة لإدارة دورة حياة البحث والتطوير بفعالية الاستراتيجيات يضمن للمشاركين امتلاك الأدوات





الفئات المستهدفة / هذه الدورة التدريبية مناسبة لـ:

- مدراء البحث والتطوير والابتكار.
- مدراء المنتجات.
- قادة المشاريع.
- المسؤولون عن استراتيجية الابتكار.
- المتخصصون في تطوير الأعمال.
- المنتج. المهندسون والعلماء الذين يشاركون في دورة حياة
- المتخصصون في التسويق الاستراتيجي للمنتجات الجديدة.

القطاعات والصناعات المستهدفة:

- والخدمات. جميع الصناعات التي تعتمد على تطوير المنتجات
- التكنولوجيا والبرمجيات.
- الرعاية الصحية والأدوية.
- السيارات والسلع الاستهلاكية.
- التصنيع.
- الاتصالات.
- الاستشارات في الابتكار.

الأقسام المؤسسية المستهدفة:



• قسم البحث والتطوير.

• إدارة المنتجات.

• التسويق.

• تطوير الأعمال.

• العمليات.

• إدارة المشاريع.

• الاستراتيجية.

أهداف الدورة التدريبية:

أتقن المهارات التالية: بنهاية هذه الدورة التدريبية، سيكون المتدرب قد

• التسويق. فهم دورة حياة البحث والتطوير من الفكرة حتى

• توليد الأفكار وتقييمها بكفاءة.

• إدارة عملية تطوير النموذج الأولي والاختبار.

• تطبيق منهجيات Agile و Lean لتسريع الابتكار.

• الدورة. إدارة المخاطر والتحديات في كل مرحلة من مراحل

• الجديدة. تطوير استراتيجيات التسويق والتدشين للمنتجات

• ضمان التوافق بين الابتكارات وأهداف الأعمال.

• حماية الملكية الفكرية للمنتجات المطورة.

• قياس أداء الابتكار عبر دورة حياته.

• صياغة خطة شاملة لإدارة دورة حياة مشروع بحث وتطوير.

منهجية الدورة التدريبية:



حياة البحث والتطوير. على منهجية متكاملة وتطبيقية، تركز على Center تعتمد هذه الدورة التدريبية من BIG BEN Training الأطر والمفاهيم لكل مرحلة، وورش العمل ستتضمن المنهجية مزيجاً من المحاضرات التفاعلية محاكاة المراحل الفعلية لدورة التطوير، سيناريوهات واقعية. سيتم إجراء تمارين على توليد العملية التي تتيح للمشاركين تطبيق المعرفة في التي تشرح التحديات والنجاحات في إدارة وإعداد خطط التسويق. كما ستوفر الدورة فرصاً للنقاش الأفكار، وتقييم الجدوى، وتخطيط مراحل لشركات نجحت في إطلاق منتجات رائدة. تهدف هذه الابتكار من الفكرة إلى السوق، بالإضافة إلى دراسات وتبادل الخبرات حول الابتكار بفعالية لضمان تحقيق الأهداف الاستراتيجية. المنهجية إلى تمكين المشاركين من إدارة دورة حياة حالة

خريطة المحتوى التدريبي (محاور الدورة التدريبية):

الوحدة الأولى: مرحلة توليد الأفكار وتقييم الجدوى.

- مفهوم دورة حياة البحث والتطوير.
- الخرائط الذهنية). تقنيات توليد الأفكار الإبداعية (مثل العصف الذهني،
- معايير تقييم الأفكار الأولية.
- تحليل الجدوى الفنية والتجارية للأفكار.
- دراسة السوق وتحديد احتياجات العملاء.
- تحديد الفرص الابتكارية.
- أدوات لجمع وتصنيف الأفكار.



الوحدة الثانية: مرحلة المفهوم والتصميم.

- مواصفات المنتج. تطوير المفهوم (Concept Development) وتحديد
- التصميم المبدئي وتصميم تجربة المستخدم (UX Design).
- بناء النماذج الأولية السريعة (Rapid Prototyping).
- إجراء دراسات الجدوى المتعمقة.
- تقييم المخاطر الفنية والتجارية.
- إعداد خطة تطوير المنتج.
- أهمية التغذية الراجعة المبكرة.

الوحدة الثالثة: مرحلة التطوير والاختبار.

- (Agile glean) إدارة المشاريع في البحث والتطوير (تطبيق منهجيات
- تصميم التجارب والاختبارات الموثوقة.
- جمع وتحليل البيانات من الاختبارات.
- تحسين المنتج بناءً على النتائج.
- إدارة الجودة ومراقبة الأداء.
- التعامل مع المشكلات الفنية غير المتوقعة.
- أتمتة عمليات الاختبار.

الوحدة الرابعة: مرحلة إطلاق المنتج والتسويق.



- استراتيجيات التسويق للمنتجات الجديدة.
- تحديد الشرائح المستهدفة وتطوير الرسائل التسويقية.
- تخطيط قنوات التوزيع.
- إدارة الحملات الإعلانية والترويجية.
- التسعير واستراتيجيات القيمة.
- قياس فعالية التسويق.
- التأهب لإطلاق المنتج.

الوحدة الخامسة: ما بعد الإطلاق والتحسين المستمر.

- مراقبة أداء المنتج في السوق.
- جمع آراء العملاء وتتبع سلوكيات الاستخدام.
- تحديثات المنتج وتحسيناته الدورية.
- إدارة نهاية دورة حياة المنتج.
- التعلم من النجاحات والإخفاقات.
- الابتكار المستمر والتكيف مع تغيرات السوق.
- والتطوير في مؤسستك. صياغة خطة عمل متكاملة لإدارة دورة حياة البحث

الأسئلة المتكررة:

التسجيل في الدورة؟ ما هي المؤهلات أو المتطلبات اللازمة للمشاركين قبل

لا توجد شروط مسبقة.

الإجمالي لساعات الدورة التدريبية؟ كم تستغرق مدة الجلسة اليومية، وما هو العدد

المدة إلى ٢٥٢٠- بمعدل يومي يتراوح بين ٤ إلى ٥ ساعات، تشمل فترات تمتد هذه الدورة التدريبية على مدار خمسة أيام،

ساعة تدريبية. راحة وأنشطة تفاعلية، ليصل إجمالي



سؤال للتأمل:

مرحلة تطوير الفكرة سلساً بين المراحل، فكيف يمكن للمؤسسات ضمان عدم إذا كانت دورة حياة البحث والتطوير تتطلب انتقالاً الابتكارات الواعدة؟ ومرحلة تسويق المنتج، حيث تفشل العديد من الوقوع في "وادي الموت" بين

ما الذي يميز هذه الدورة عن غيرها من الدورات؟

يفتقر إليه العديد من حياة البحث والتطوير من الفكرة حتى التسويق، مما تتميز هذه الدورة بتركيزها الشامل على إدارة دورة واحدة، بل نربط جميع المراحل بدءاً من توليد الدورات المتخصصة. نحن لا نكتفي بتقديم تفاصيل حول يوفر منظوراً متكاملًا وإدارة نقدم أدوات واستراتيجيات عملية لكل خطوة، بما في الأفكار وصولاً إلى استراتيجيات التسويق والتدشين. مرحلة هذا التميز يجعل الدورة الاختبارات، مع أمثلة واقعية ودراسات حالة لمنتجات ذلك تقييم الجدوى، وتطوير النماذج الأولية، بفعالية لضمان تحويل الأفكار إلى نجاحات تجارية. ضرورة لأي محترف يسعى لإدارة عملية الابتكار أحدثت تأثيراً في السوق.