عنوان الماستر: تسويق الخدمات

السداسي: الثاني

اسم الوحدة: وحدة التعليم الأساسية

الرمز: وت أس 2.1

اسم المادة: ابتكار وتطوير الخدمات

الرصيد: 05

المعامل: 02

نمط التعليم: حضوري

أهداف التعليم:

- فهم خصوصية الابتكار
- تحديد مصادر والمساهمين في الابتكار
- فهم خصوصيات الابتكار في مجال الخدمات
- تطوير الحس الإبداعي لدى الطالب
- تطوير القدرة على اقتراح خدمات جديدة
- تطوير القدرة على وضع الإستراتيجية التسويقية المناسبة للخدمة الجديدة

المعارف المسبقة المطلوبة:

يتوجب على الطالب أن يكون ملما بالمبادئ العامة لتسويق الخدمات ويكون متمكنا من مفهوم الخدمة، خصوصياتها ودورة حياتها.

محتوى المادة:

المحور الأول: تعريف الابتكار وتصنيفاته

المحور الثاني: دور الابتكار بالنسبة للمؤسسة

المحور الثالث: المساهمين في الابتكار ومصادره

المحور الرابع: المفاهيم الجديدة حول الابتكار Open innovation; User innovation; Crowdsourcing; Free innovation

المحور الخامس: مراحل عملية الابتكار

المحور السادس: انتشار وتبني الابتكار

المحور السابع: خصوصيات الابتكار في الخدمات وعوامل النجاح

المحور الثامن: مساهمة التسويق في تطوير خدمة جديدة

المحور التاسع: حماية الابتكار

طريقة التقييم: تقييم مستمر + امتحان نهائي ويقاس معدل المادة بالوزن الترجيحي للدروس (60%) والأعمال الموجهة (40%)

المراجع:

1. Anders Gustafsson & al., Service Innovation, Business Expert Press, 2015
2. Laurent Hermel, Gérard Louyat, Innovation dans les services, Association française de normalisation, 2008
3. David Gotteland & al., L'innovation : de l'idée au lancement - Créer et développer un produit ou service nouveau, Dunod, 2017
4. Neil Woodcock ,Merlin Stone ,Bryan Foss ,(2003) ,The Customer Management Scorecard: Managing CRM for Profit Hardcover – Download: Adobe Reader, Kogan Page.