

دورة إعداد دراسة جدوى المنتج الجديد ومبررات الاستثمار

1 – 5 مارس 2027

ميلان

AGILE LEADERS
Training Center

AGILE LEADERS
Training Center

دورة إعداد دراسة جدوى المنتج الجديد ومبررات الاستثمار

المرجع: 238147_1846 **التاريخ:** 1 – 5 مارس 2027 **المكان:** ميلان **الرسوم:** Euro 5700

نظرة عامة

دورة إعداد دراسة جدوى المنتج الجديد ومبررات الاستثمار هي دورة تطبيقية تمتد أسبوع للمسؤولين عن المنتجات والتسويق والابتكار والمالية والبحث والتطوير، ويعود المشاركون بحزمة دراسة جدوى المنتج الجديد واعتماده. تربط الدورة تقييم استثمار المنتج بتحليل فرصة السوق وأدلة العملاء وتقييم البدائل والسيناريوهات المالية وتحليل مخاطر المنتج وتخطيط الاعتماد التنفيذي. تجعل حالات التقنية والتصنيع الافتراضات وبوابات القرار قابلة للتتبع. تقدم أجايل للتدريب دورة في إعداد دراسة جدوى المنتج الجديد.

الفئة المستهدفة

- الفرق المسؤولة عن تقييم المنتجات المقترحة وبوابات التطوير
- الوظائف المسؤولة عن أدلة السوق واحتياجات العملاء وتحليل المنافسين
- فرق المالية المسؤولة عن تقديرات الاستثمار والسيناريوهات والقدرة المالية
- فرق الابتكار والبحث والتطوير المسؤولة عن الجدوى الفنية واحتياجات الموارد
- القيادات المسؤولة عن مراجعة استثمارات المنتجات واعتمادها

تفترض الدورة أن المشاركين يساهمون في مقترحات المنتجات أو قرارات الاستثمار، ولا تشمل تأسيس الشركات الناشئة أو إدارة تسليم المنتج بالتفصيل أو المحاسبة المتخصصة أو الكتابة العامة للأعمال.

الإدارات والقطاعات المستهدفة

تدعم الدورة الإدارات والقطاعات التي تتطلب فيها قرارات استثمار المنتجات أدلة سوقية ومالية وتشغيلية ومخاطر قابلة للتتبع.

- إدارة المنتجات والابتكار والاستراتيجية وتطوير الأعمال
- بحوث التسويق ورؤى العملاء والمالية والتخطيط
- التقنية والبرمجيات والخدمات المهنية
- التصنيع والمنتجات الاستهلاكية والمعدات الصناعية
- الخدمات الصحية والخدمات اللوجستية والطاقة

AGILE LEADERS
Training Center

أهداف التعلم

بنهاية هذه الدورة، سيتمكن المشاركون من:

- تحليل حاجة المنتج والمواءمة الاستراتيجية وأدلة بوابات القرار.
- بناء خرائط أدلة السوق والعملاء والمنافسين.
- مقارنة بدائل التطوير بمعايير النجاح الحرجة.
- تقييم الاستثمار والقدرة المالية والحساسية وتكلفة الفرصة.
- ترتيب مخاطر المنتج والاستجابات والاحتياطيات والقدرات.
- بناء دراسة جدوى للمنتج والدفاع عن توصيتها.

جدول الدورة

اليوم 1: صياغة قرار المنتج

- خريطة بوابات تطوير المنتج الجديد وأدلة القرار
- بيان حاجة المنتج والمواءمة الاستراتيجية
- خط أساس الوضع القائم ولوحة مبررات التغيير
- سجل أهداف المنتج ومعايير النجاح الحرجة
- سجل افتراضات دراسة الجدوى وأدلتها

اليوم 2: التحقق من جدوى السوق

- ورقة نطاق فرصة السوق وأدلة الطلب
- خريطة متطلبات العملاء ومعايير الشراء
- مصفوفة ردود المنافسين والمنتجات البديلة
- فرضية السعر والقيمة والاستعداد للدفع
- نتيجة جدوى السوق ومقياس الثقة

AGILE LEADERS
Training Center

اليوم 3: تقييم بدائل المنتج

- منهج إعداد القائمة الطويلة وخيار عدم التنفيذ
- مرشح البدائل بمعايير النجاح الحرجة
- مصفوفة تكاليف ومنافع ومفاضلات القائمة القصيرة
- تقييم القدرات الداخلية وقيود الموارد
- سجل التوصية ببديل المنتج المفضل

اليوم 4: بناء مبررات الاستثمار

- نموذج استثمار التطوير وتكاليف التشغيل
- ورقة سيناريوهات الإيرادات والهامش والقدرة المالية
- تحليل الحساسية وقيم التحول
- سجل مخاطر المنتج والاحتياطيات وتكلفة الفرصة
- هيكل دراسة الجدوى وخطة الاعتماد التنفيذي

اليوم 5: تطبيق اعتماد المنتج

- تمرين مقترح: تدقيق سجل أدلة المنتج
- تمرين مقترح: اختبار نتيجة جدوى السوق
- تمرين مقترح: الدفاع عن بديل المنتج المفضل
- تمرين مقترح: عرض سيناريوهات الاستثمار والمخاطر
- المهمة الختامية: حزمة دراسة جدوى المنتج الجديد واعتماده

التمارين التطبيقية

تستخدم الدورة أنشطة مقترحة لربط أدلة المنتج بقرارات الاستثمار والاعتماد.

- نشاط مقترح: اختبار فكرة خدمة تقنية مقابل أدلة العملاء والبدائل وفرضيات السعر ومعايير القرار.
- نشاط مقترح: مقارنة بدائل منتج صناعي من خلال التكاليف والمنافع وقيود القدرات وتكلفة الفرصة.
- نشاط مقترح: اختبار افتراضات الإيرادات والهامش والاستثمار بسيناريوهات الحساسية والاحتياطيات.
- نشاط مقترح: عرض توصية تنفيذية والاستجابة لتحديات لجنة الاعتماد.

AGILE LEADERS
Training Center

الأسئلة الشائعة

لمن يناسب تدريب إعداد دراسة جدوى المنتج الجديد وماذا يفترض؟

يناسب تدريب إعداد دراسة جدوى المنتج الجديد المسؤولين عن الأدلة السوقية أو الفنية أو المالية أو أدلة الاعتماد. ويفترض مساهمة عملية في منتج مقترح أو قرار استثماري، ولا يتطلب خبرة محاسبية متخصصة.

كيف تختلف دورة دراسة جدوى المنتج الجديد عن التدريب العام في إدارة المنتجات؟

تركز دورة دراسة جدوى المنتج الجديد على الأدلة وتقييم البدائل ومبررات الاستثمار والمخاطر والاعتماد، بينما يغطي التدريب العام في إدارة المنتجات مسؤوليات أوسع مثل خرائط الطريق وقوائم العمل والتسليم والتبني والأداء المستمر.

ما الأدلة التي تنتمي إلى دراسة جدوى المنتج الجديد؟

تربط دراسة جدوى المنتج الجديد الحاجة الاستراتيجية بطلب السوق ومتطلبات العملاء وردود المنافسين والسعر والقيمة والقدرات والبدائل والتكاليف والمنافع والمخاطر والقدرة المالية وترتيبات التنفيذ ضمن توصية قابلة للمراجعة.

كيف تتم مقارنة بدائل المنتجات في مبررات الاستثمار؟

تتم مقارنة بدائل المنتجات وفق أهداف ومعايير نجاح متفق عليها، مع إدراج خط أساس أو خيار عدم التنفيذ. ثم تقيم البدائل المختصرة بالتكاليف والمنافع والمخاطر والقيود والقدرة المالية وقابلية التنفيذ.

كيف تعالج حالة عدم اليقين في تقييم استثمار المنتج الجديد؟

تعالج حالة عدم اليقين بتوثيق الافتراضات وجودة الأدلة والنطاقات واختبارات الحساسية وقيم التحول وملكية المخاطر والاحتياطيات وشروط القرار، بما يوضح التغييرات التي قد تعدل التوصية.

الخاتمة

يعود المشاركون بحزمة دراسة جدوى المنتج الجديد واعتماده. تجمع الحزمة سجل الأدلة ودراسة السوق وتقييم البدائل والسيناريوهات المالية وتقييم القدرات وسجل المخاطر وهيكل الوثيقة وخطة الاعتماد. تحول الحزمة ادعاءات المنتج المتفرقة إلى توصية قابلة للتتبع يستطيع صناع القرار مناقشتها أو اعتمادها أو تأجيلها أو رفضها.