

أثر الخصخصة على إدارة تطوير المنتجات



الدكتور
ابراهيم عواد المشاقبة

فهرس المحتويات

الصفحة	الموضوع
5	الآية
7	الاهداء
9	فهرس المحتويات
11	فهرس الجداول
16	فهرس الاشكال
17	المقدمة
21	أهمية التعليمية
22	أهداف التعليمية
25	الفصل الأول: الجوانب النظرية للدراسة
25	المبحث الأول: أهمية القطاع الخاص ودوره في التنمية
37	المبحث الثاني: الخصخصة بين المؤيدين والمعارضين
52	المبحث الثالث: أهداف الخصخصة وإيجابياتها وسلبياتها وأساليبها
67	المبحث الرابع: آثار الخصخصة
83	المبحث الخامس: تجارب بعض الدول في مجال الخصخصة
103	الفصل الثاني: الخصخصة في الأردن
104	المبحث الأول: واقع ونشأة القطاع العام
122	المبحث الثاني: الإطار القانوني والمؤسسي للخصخصة في الأردن
131	المبحث الثالث: مفهوم الخصخصة وأهدافها وأساليبها في الأردن
139	المبحث الرابع: البرنامج التنفيذي للخصخصة في الأردن
145	الفصل الثالث: سياسة تطوير المنتجات
147	المبحث الأول: أهمية تطوير المنتجات
155	المبحث الثاني: النواحي التنظيمية لتطوير المنتجات الجديدة
161	المبحث الثالث: تحديد أنواع المنتجات الجديدة

188	المبحث الرابع: المنظور التسويقي لإدارة المنتجات
195	الفصل الرابع: الدراسة الميدانية
196	فرضيات الدراسة
196	منهجية الدراسة
197	مجتمع الدراسة
199	العناصر التي اشتملتها أداة الدراسة
201	طريقة جمع البيانات
201	المعالجة الإحصائية
202	الدراسات السابقة
224	المبحث الأول: المبحث الأول: أثر الخصخصة على المراحل المختلفة لعملية تطوير المنتجات
262	المبحث الثاني: أثر سياسة الخصخصة على مكونات المزيج التسويقي للمنتجات الجديدة
294	المبحث الثالث: العوامل الإدارية المؤثرة بسياسة تطوير المنتجات
308	المبحث الرابع: تأثير الخصخصة على تنظيم أنشطة تطوير المنتجات
314	المبحث الخامس: أداء وظيفة تطوير المنتجات
323	الخاتمة النتائج واختبار فرضيات الدراسة والتوصيات
232	نتائج الدراسة
241	اختبار الفرضيات
246	التوصيات
354	المراجع
	الملاحق