JUPITER PRIME

Consulting • Training • Advisory

جوبيتر برايم للاستشارات والتدريب

كتيّب الدورة

دورة الامتثال التنظيمي لمديري المنتجات

6 – 10 ديسمبر 2026

إسطنبول

info@jupiterprime.uk

jupiterprime.uk

مسجّلة في المملكة المتحدة والمملكة العربية السعودية

دورة الامتثال التنظيمي لمديري المنتجات

المرجع: 3227_122795 التاريخ: 6 – 10 ديسمبر 2026 المكان: إسطنبول الرسوم: GBP 4900

الامتثال التنظيمي لمديري المنتجات دورة تدريبية مدتها أسبوع لمديري المنتجات ومالكيها الذين يحددون ما يبنى ومتى يطلق وما يعد به العميل، ويخرج منها المشاركون بمصفوفة المتطلبات التنظيمية للمنتج. ومع تزايد قواعد السلامة وادعاءات المستهلك والبيانات ودخول الأسواق، صارت قرارات الامتثال جزءا من قائمة الأعمال لا خطوة لاحقة للإطلاق. وتقدم جوبيتر برايم للتدريب هذه الدورة في الامتثال التنظيمي لمديري المنتجات.

لماذا يهم الامتثال التنظيمي لمديري المنتجات الآن

ثلاثة مؤثرات تضع الامتثال التنظيمي على مكتب مدير المنتج. فدورات الإصدار السريعة تعني أن الميزة قد تصل إلى العملاء قبل أن يقرأ الزملاء القانونيون مواصفاتها. والمنتجات تجمع العتاد والبرمجيات والاتصال والبيانات الشخصية، فيمس إصدار واحد قواعد السلامة وحماية المستهلك والخصوصية معا. ويطلب تجار التجزئة والموزعون ومشترو الشركات أدلة المطابقة قبل إدراج المنتج أو شرائه. وخط المنتجات الذي يدمج الواجبات في خارطته يدخل الأسواق في موعده، أما الذي يؤجلها إلى توقيع أخير فيعرض نفسه للسحب وخسارة الإدراج. وتستند الدورة إلى الممارسات المعتمدة في إدارة المخاطر والامتثال.

المستفيدون من الامتثال التنظيمي لمديري المنتجات

- مديرو المنتجات الذين يملكون خارطة المنتج ويقررون الأسواق والميزات التالية
- مالكو المنتجات الذين يكتبون قصص المستخدم ومعايير القبول للميزات الخاضعة للتنظيم
- قادة الإطلاق والتسويق الذين ينسقون التغليف والنصوص التسويقية وقوائم القنوات
- القادة الفنيون للمنتج الذين يحولون قواعد السلامة والبيانات إلى قيود تصميم
- قادة المحافظ الذين يوازنون كلفة دخول السوق مع الجهد التنظيمي

تكسب مؤسسة المنتج أكثر حين يحضر عدد من مديري المنتجات مع زميل من الشؤون القانونية أو الجودة.

قدرات الامتثال التنظيمي لمديري المنتجات

تتمحور المخرجات حول تحويل النص القانوني إلى بنود عمل ومعايير إصدار وادعاءات قابلة للدفاع عنها.

- رسم القواعد المنطبقة على الميزة والسوق وشريحة العملاء — ترتيب أولويات خارطة المنتج
- تحديد معايير قبول الامتثال داخل قصص المستخدم — قادة الهندسة والاختبار
- تصميم بوابات إصدار بمعايير خروج تنظيمية واضحة — قرارات الإطلاق
- تقييم ادعاءات التسويق والتغليف مقابل الأدلة المتاحة — المراجعون القانونيون ومالكو العلامة
- موازنة واجبات دخول السوق مثل التسجيل والتمثيل المحلي والترجمة — خطط التوسع
- إيضاح المفاضلات التنظيمية بلغة بسيطة — التنفيذيون والشركاء التجاريون

مصطلحات الامتثال التنظيمي لمديري المنتجات الأساسية

- تقييم الانطباق — فحص منظم لتحديد القواعد التي تسري على المنتج في سوق معينة.
- أدلة المطابقة — تقارير الاختبار والإقرارات والسجلات التي تثبت أن المنتج يستوفي القواعد السارية عليه.
- بوابة الإصدار — نقطة قرار في دورة المنتج يجب أن تتحقق عندها معايير محددة قبل الانتقال.
- ادعاء المنتج — أي عبارة على التغليف أو القوائم أو الإعلانات عن الأداء أو السلامة أو المنشأ أو الفائدة البيئية.
- واجب دخول السوق — مهمة يفرضها البيع في سوق جديدة مثل التسجيل أو لغة الملصق أو تعيين ممثل.
- استطلاع الأفق التنظيمي — مراجعة دورية للقواعد المقترحة التي قد تغير خارطة المنتج أو تصميمه.

الامتثال التنظيمي لمديري المنتجات يوما بيوم

اليوم 1: المشهد التنظيمي حول المنتج

- عائلات تنظيم المنتجات — واجبات السلامة والمستهلك والبيانات والبيئة
- لوحة تقييم الانطباق — القواعد التي تسري في كل سوق
- استطلاع الأفق التنظيمي — القواعد المقترحة المؤثرة في رهانات الخارطة
- مخطط توزيع المسؤوليات — أدوار المنتج والقانون والجودة والهندسة
- دراسات حالات الإنفاذ — دروس من المنتجات الاستهلاكية والصناعية

اليوم 2: إدماج الواجبات في خارطة المنتج

- مصفوفة تتبع المتطلبات — ربط القواعد ببنود قائمة الأعمال
- معايير قبول الامتثال — كتابة قصص مستخدم قابلة للاختبار
- تقدير الجهد التنظيمي — حجم أعمال الاختبار والتوثيق
- تسلسل خارطة المنتج — وضع مهل الاعتماد على الجدول الزمني
- قائمة الخصوصية منذ التصميم — البيانات الشخصية في الميزات المتصلة

اليوم 3: بوابات الإصدار وأدلة المطابقة

- معايير الخروج من المراحل — تحديد قواعد الموافقة والرفض التنظيمية
- حزمة أدلة المطابقة — تقارير الاختبار والإقرارات والسجلات
- مراجعة مخاطر سلامة المنتج — سوء الاستخدام المتوقع والتحذيرات
- إقرارات مكونات الموردين — المواد المقيدة وبيانات المنشأ
- فحص أثر التغيير — متى يعيد التحديث فتح الموافقة

اليوم 4: الملصقات والادعاءات ودخول السوق

- مصفوفة محتوى الملصق — العلامات الإلزامية واللغة والرموز
- ملف إثبات الادعاءات — الأدلة وراء ادعاءات الأداء والبيئة
- حلقة مراجعة النصوص التسويقية — الموافقة القانونية دون تأخير الإطلاق
- قائمة دخول السوق — واجبات التسجيل والتمثيل والاستيراد
- إشارات الشكاوى بعد الإطلاق — إعادة مشكلات الميدان إلى قائمة الأعمال

اليوم 5: تطبيق مصفوفة المتطلبات التنظيمية للمنتج

- تمرين الانطباق — تحديد نطاق سوق جديدة لمنتج نموذجي
- محاكاة بوابة الإصدار — الدفاع عن قرار الموافقة أمام القيادة
- تمرين مراجعة الادعاءات — إعادة صياغة عبارات تغليف غير مدعومة
- اتفاق التسليم مع القانون والجودة — مستويات خدمة المراجعات
- مصفوفة المتطلبات التنظيمية للمنتج — القواعد والمالكون والبوابات لكل إصدار

تطبيق الامتثال التنظيمي لمديري المنتجات بعد الدورة

- إجراء تقييم انطباق للسوق التالية في الخارطة وإضافة الواجبات الناتجة إلى قائمة الأعمال.
- إضافة معايير خروج تنظيمية إلى بوابة الإصدار القادمة والاتفاق مع زملاء القانون والجودة على مهل المراجعة.

أسئلة حول الامتثال التنظيمي لمديري المنتجات

ما الامتثال التنظيمي لمديري المنتجات ولماذا يهم الآن؟

الامتثال التنظيمي لمديري المنتجات هو ممارسة إدماج الواجبات القانونية وواجبات السلامة في قرارات المنتج. ويهم الآن لأن الإصدارات أسرع والمنتجات تجمع العتاد والبرمجيات والبيانات، فقد يوقف فحص متأخر الإطلاق أو يفرض السحب.

من الأدوار الأكثر استفادة من دورة الامتثال التنظيمي لمديري المنتجات؟

يستفيد أكثر مديرو المنتجات ومالكوها وقادة الإطلاق. وتساعدك الدورة على العمل مع فرق القانون والجودة دون إبطاء خارطة المنتج.

كيف يختلف الامتثال التنظيمي لمديري المنتجات عن دورة مسؤول الامتثال؟

ينطلق الامتثال التنظيمي لمديري المنتجات من خارطة المنتج لا من دليل السياسات. فهو يضع الواجبات داخل بنود العمل وبوابات الإصدار وادعاءات المنتج.

ماذا تعود به من دورة الامتثال التنظيمي لمديري المنتجات؟

تعود بمصفوفة متطلبات لخط منتجات واحد. وهي تسرد القواعد المنطبقة ومالك كل منها والأدلة المطلوبة وبوابة الإصدار التي يجب أن تستوفى عندها.

الامتثال التنظيمي لمديري المنتجات: الطريق إلى الأمام

توجه مصفوفة المتطلبات التنظيمية للمنتج أولا قرار ما إذا كان إطلاق السوق التالية سيحافظ على موعده. ويستخدمها مديرو المنتجات والمستشارون القانونيون وقادة الجودة لتخطيط دورات العمل ومراجعات البوابات. وبعد أول إصدار تستحق صفوف الادعاءات ودخول السوق مراجعة جديدة حين تكشف الشكاوى وأسئلة تجار التجزئة واجبات فاتت المصفوفة.