



سياسات واستراتيجيات التعليم والتعلم

برنامج التسويق

2023/2022

الفهرس

رقم الصفحة	المحتويات	
3	رسالة وأهداف الكلية وبرنامج التسويق.	-1
4	ألية إعداد الاستراتيجية.	-2
4	أسس إعداد الاستراتيجية.	-3
5	سياسات التعليم والتعلم لبرنامج التسويق.	-4
5	استراتيجية التعليم والتعلم لبرنامج التسويق.	-5
8	مصادر التعليم والتعلم المتاحة لبرنامج التسويق.	-6
9	آليات متابعة تطبيق وتحديث الاستراتيجية	-7

رؤية الكلية

تسعى كلية التجارة وإدارة الأعمال بجامعة المستقبل إلى الوصول إلى مكانة تنافسية محلية وإقليمية وعالمية مع التأكيد على الهوية الوطنية.

رسالة الكلية

تلتزم كلية التجارة وإدارة الأعمال بجامعة المستقبل بتحقيق فاعلية تعليمية تواكب الاتجاهات والتكنولوجيا الحديثة في التعليم لإعداد خريج متميز يتحلى بالقيم وأخلاقيات المهنة قادر على الابتكار والمنافسة محلياً وإقليمياً وبالتميز في البحث العلمي والخدمة المجتمعية والمشاركة في تحقيق التنمية المستدامة

القيم الجوهرية للكلية

1. الشفافية والمصداقية.
2. حرية التفكير.
3. احترام الرأي الآخر.
4. الالتزام والمساءلة.
5. التميز والابتكار والتطوير.
6. المسؤولية المجتمعية.
7. العمل بروح الفريق.
8. العدالة.
9. الأمانة العلمية.

رسالة برنامج التسويق

يلتزم برنامج التسويق بكلية التجارة وإدارة الأعمال بجامعة المستقبل بإعداد خريج متميز علمياً ومهنياً وأخلاقياً يكون قادراً على المنافسة محلياً وإقليمياً في مجال إدارة التسويق، والتميز في البحث العلمي، والمشاركة في خدمة المجتمع والتنمية المستدامة.

الأهداف الإجرائية لبرنامج التسويق Program Objectives

1. تنمية قدرات الطلاب ومهاراتهم التسويقية المهنية اللازمة لتخطيط وتنفيذ وتقييم الأنشطة التسويقية.
2. تعزيز قدرات الطلاب البحثية في مجال التسويق.
3. تزويد الطلاب بالمعرفة والمبادئ والأخلاقيات والمفاهيم التسويقية اللازمة للتعامل في الأسواق المحلية والإقليمية والدولية.
4. إكساب الطلاب المهارات المهنية الأساسية لتحليل السوق.
5. تعزيز قدرة الطلاب على العمل ضمن فرق التسويق أو الفرق المشتركة.
6. تزويد الطلاب بفهم عميق لاحتياجات العملاء ورغباتهم وكيفية إشباعها.
7. مساعدة الطلاب في صياغة استراتيجيات ناجحة لخلق وتطوير ميزة تنافسية للمنظمة.
8. تنمية المعارف والمهارات اللازمة لخدمة المجتمع.
9. تزويد الطلاب بفرصة اكتساب الخبرة في تطبيق المفاهيم والأخلاقيات والأساليب التي تعلموها.

آلية إعداد الاستراتيجية

من منطلق حرص برنامج التسويق بكلية التجارة وإدارة الأعمال بجامعة المستقبل على صياغة وتنفيذ سياسات تكفل تحقيق الارتقاء بالأداء وضمان استدامة جودة التعليم؛ تم إعداد استراتيجية التعليم والتعلم ، وفق آلية محددة كما يلي:
أولاً- عقدت لجنة مراجعة وتطوير البرنامج اجتماعاً مع الفريق المسئول فى برنامج التسويق عن المعايير الأكاديمية ومعيار التعليم والتعلم لوضع مقترح لسياسات واستراتيجية للتعليم والتعلم بما يتناسب مع رسالة البرنامج واللائحة الداخلية والمعايير الأكاديمية المتبناه.

ثانياً: عرض مقترح سياسات واستراتيجيات التعليم والتعلم على القسم العلمى للمناقشة وابداء الراي.

ثالثاً- عرض سياسات واستراتيجيات التعليم والتعلم على لجنة شئون التعليم والطلاب لمناقشة التغذية الراجعة من برنامج التسويق للوصول للصيغة النهائية.

رابعاً- مناقشة الصيغة النهائية مع الأطراف المعنية من أعضاء هيئة التدريس والهيئة المعاونة والأطراف الخارجية الممثلة بمجلس الكلية.

خامساً- عرض ومناقشة الصيغة النهائية واعتمادها في مجلس الكلية رقم 48 بتاريخ 2018/7/30.

سادساً- تحديث الاستراتيجية وفقاً لنتائج تحليل الامتحانات ونتائج تحليل استبيانات الطلاب ونظراً لجائحة كورونا واعتمادها في مجلس الكلية رقم 46 بتاريخ 2020/9/9.

أسس إعداد الاستراتيجية

تبنى برنامج التسويق سياسات واستراتيجية التعليم والتعلم للكلية لبرنامج التسويق ، والتي تم اعدادها وفق الاسس التالية:

- تحقيق رسالة وأهداف برنامج التسويق وبالتالي رسالة واهداف الكلية الخاصة بالشق التعليمي.
- ضمان تحقيق المعايير الأكاديمية المتبناه.
- وفق اللائحة الداخلية للكلية.
- وفق توصيف البرنامج والمقررات الدراسية.
- التغذية الراجعة من التطبيق الفعلي خلال السنوات السابقة.
- الظروف والمتغيرات العالمية مثل جائحة كورونا.

سياسات التعليم والتعلم لبرنامج التسويق

تبنى برنامج التسويق سياسات التعليم والتعلم لكلية التجارة وإدارة الأعمال بجامعة المستقبل التالية:
سياسات التعليم والتعلم:

- 1- توجيه البرامج التعليمية بفرص التوظيف.
- 2- أنماط غير تقليدية ومحدثة في التعليم.
- 3- البرامج المشتركة مع جامعات أخرى.
- 4- حضانات الطلاب للتطوير والابتكار.
- 5- توجيهات الجامعة للكليات فيما يتعلق بقياس المخرجات التعليمية.
- 6- رضا ذوي المصلحة عن مستوى الخريجين.
- 7- الدعم المادي والرعاية الصحية للطلاب.
- 8- رعاية الطلاب المتميزين وذوي الاحتياجات الخاصة / المتعثرين دراسيا.

سياسات العلاقات الإقليمية والدولية فيما يخص التعليم والتعلم:

- 1- الاتفاقيات الثقافية الدولية مع الجامعات الإقليمية والعالمية.
- 2- الشراكة مع المؤسسات العلمية الإقليمية والعالمية.

استراتيجية التعليم والتعلم لبرنامج التسويق

يتبنى برنامج التسويق بكلية التجارة وإدارة الأعمال بجامعة المستقبل بجانب الاستراتيجية التقليدية فى التدريس والتعلم (المحاضرة والمناقشة) مجموعة من الاستراتيجيات المتطورة على الوجه التالي:

1- التعلم المبني على الناتج (Outcome-based learning)

يتم تطبيقه من خلال توصيف البرنامج والمقررات الدراسية ووضع نواتج التعلم التي تكسب الطالب المعرفة والمهارات الذهنية والمهارات المهنية والعملية والمهارات العامة والمنقولة في نهاية دراسته لمقرر دراسي أو استكمال البرنامج، ويتم اعداد مصفوفات التوافق بين مخرجات تعلم البرنامج والمقررات ومخرجات تعلم المقرر والمحتوى العلمي ومصفوفة أساليب التعليم المستخدمة وأساليب التقويم المطبقة بما يضمن تحقيق نواتج التعلم.

2- التعلم التعاوني (الجماعي) (Cooperative learning)

تستخدم هذه الاستراتيجية لتنمية المسؤولية الفردية والجماعية لدى الطلاب واتقان ما يتعلمونه من معلومات ومهارات، كما تكسب الطلاب مهارات قيادية واجتماعية بالاتصال والتواصل مع الآخرين وإدارة الوقت، وتطبق كما يلي في البرنامج:

- بالنسبة للمحاضرات يقسم الطلاب إلى مجموعات كبيرة وفقا لعدد الطلاب المسجلين للمقرر والطاقة الاستيعابية للقاعة، وتتراوح اعداد الطلاب بالمجموعة ما بين 75 الى 130 طالبا كحد اقصى.
- بالنسبة للدروس التطبيقية يقسم الطلاب الى مجموعات صغيرة نسبيا بحد اقصى 35 طالب، مثل دراسة الحالة وحل المسائل او المشكلات.
- بالنسبة للمشاريع الجماعية لاكساب الطلاب مهارات التعلم الذاتي ومشروع التخرج يقسم الطلاب الى مجموعات صغيرة بحد اقصى 6 طلاب .

3- التعلم المبني على حل المشكلات (Problem Solving-based learning)

تستخدم هذه الاستراتيجية اما اثناء المحاضرات او الدروس التطبيقية لتدريب الطالب على استخدام المعلومات والمعارف التي سبق له تعلمها والمهارات التي اكتسبها في تحديد المشكلة وتحليلها واقتراح الحلول ودراسة تلك الحلول المقترحة للمفاضلة بينها بناءً على معايير محددة.

4- التعلم المبني على المجتمع (Community-based learning)

تطبق هذه الاستراتيجية في مشاريع التخرج او اثناء دراسات الحالة والدراسات الميدانية والتدريب الميداني في مرافق المجتمع المناسبة بإشراف الطلبة في مواقف حقيقية بغرض إكسابهم مهارات عامة وخاصة اجتماعية وتفاعلية.

5- العصف الذهني (Brainstorming)

تطبق هذه الاستراتيجية اثناء المحاضرات والدروس التطبيقية ودراسة الحالة وهي طريقة تعتمد على استدعاء أكبر عدد من الأفكار من مجموعة من الأشخاص في خلال فترة زمنية وجيزة لمعالجة موضوع مطروح أو حل مشكلة، ويتميز هذا الأسلوب بطرح الأفكار واستعراض الحلول للوصول إلى حلول إبداعية بعيدا عن الآراء والإنحيازات الشخصية مع مراعاة الموضوعية.

6- التعلم الذاتي (Self-learning)

في هذه الاستراتيجية يصبح الطالب مسئولاً عن تعلمه وتعتمد على قدرات واستعدادات الطالب الخاصة من خلال التفاعل مع المادة التعليمية والقيام بالأنشطة والرجوع لمصادر المعلومات المختلفة وتقييم نفسه بنفسه. وتطبق في جميع مقررات البرنامج من خلال التكاليف المنزلية، اعداد الابحاث والمشاريع الفردية والجماعية اعداد العروض التقديمية ومنصات التعلم المختلفة مثل Coursera حيث يستكمل الطالب دراسة موضوع في مجال التخصص ويحصل على شهادة معتمدة من تلك المنصة التعليمية.

7- التعلم المبني على المشروعات (Learning Projects)

تستخدم هذه الاستراتيجية كنوع من التعلم الذاتي وكذلك في مشروع التخرج المشروع حيث يقسم الطلاب الى مجموعات ويتم اختيار موضوع أو مشكلة لكل مجموعة من الطلاب للبحث والدراسة عن طريق القراءات والمقابلات والقيام بتجارب تحت إشراف وتوجيه عضو هيئة تدريس للوصول لمخرجات محددة مثل تقرير، أو بحث أو نموذج لتطبيق أو برنامج يتم عرضه على المشرفين وبقيّة الطلاب. ويتم تقييم المخرج النهائي من خلال عروض تقديمية لاكساب الطلاب مهارات العرض والتقديم.

8- التعليم الإلكتروني (Electronic learning)

استخدمت هذه الاستراتيجية نظراً لجائحة كورونا، حيث تم استخدام التعلم المتزامن من خلال المحاضرات المباشرة الالكترونية باستخدام منصة zoom والتعلم غير المتزامن من خلال رفع المحاضرات المسجلة ورفع العروض التقديمية لعضو هيئة التدريس.

9- التعليم الهجين (Blended Learning)

يمزج التعليم الهجين بين التعلم وجها لوجه والتعلم عن بعد وذلك لتقليل الكثافة الطلابية داخل الجامعات ومراعاة التباعد الاجتماعي خاصة في ظل جائحة الكورونا. وتم تطبيقها في البرنامج مع مراعاة نسبة التعلم وجها لوجه إلى التعلم عن بعد كالتالي :

البرنامج	التعلم وجها لوجه	التعلم عن بعد
الكليات العملية	60 – 70%	30 – 40%
الكليات النظرية والإنسانية	50 – 60%	40 – 50%

مصادر التعليم والتعلم المتاحة لبرنامج التسويق

تتوافر عدة مصادر ووسائل لتدعيم تطبيق استراتيجيات التدريس والتعلم في البرنامج التعليمي. ويتلخص هذا في:

1- مصادر بشرية:

تعمل إدارة الكلية على التعاقد مع الكفاءات اللازمة لإدارة العملية التعليمية بكفاءة متميزة سواء من أعضاء هيئة تدريس أو معاونيهم من المدرسين المساعدين والمعيدين. كما تعمل على تشجيع وتحفيز الأداء المتميز لأعضاء هيئة التدريس والهيئة المعاونة من خلال تخصيص جائزة سنوية لأفضل عضو هيئة تدريس وعضو هيئة معاونة في مجال التدريس. وتطبق الكلية سياسات الموارد البشرية التالية:

- الموضوعية في التوظيف واختيار القيادات الأكاديمية والإدارية المتميزة.
- التدريب لتحسين معدلات الأداء.
- الدافعية والتحفيز.
- العدالة وعدم التمييز في تطبيق سياسات الموارد البشرية.
- رضا الفئات المختلفة من الأطراف المعنية وقياس آرائهم

ويتم توفير الموارد المادية اللازمة لبرنامج التسويق عن طريق حصر الموارد المتاحة وتحديد قائمة بالإحتياجات المطلوبة قبل بداية كل عام دراسي وتقديم طلب بشأنها موجه للسيد الأستاذ الدكتور عميد الكلية ليتم التنفيذ عن طريق إدارة الجامعة.

2- مصادر مالية:

تخصص جامعة المستقبل ميزانية سنوية لكلية التجارة وإدارة الأعمال طبقاً لإحتياجات البرنامج لتسيير وتطوير العملية التعليمية. وتتكفل إدارة الكلية بنفقات الرحلات العلمية للمواقع التعليمية خارج نطاق الجامعة. كما توفر وسائل الانتقال اللازمة للانتقال لتلك المواقع في حالة الزيارات الميدانية.

3- مصادر مادية:

تعمل إدارة الكلية على توفير الأجهزة والوسائل الداعمة للعملية التعليمية مثل تجهيز قاعات الدرس بأدوات العرض التفاعلية، وتجهيز المعامل بالأدوات والأجهزة والمستهلكات اللازمة وتخطط لإنشاء استوديو وتوفر الجامعة مكتبة مركزية. وتطبق الكلية سياسات الموارد والإمكانات المادية التالية:

- البنية التحتية الملائمة لممارسة الاداء الجامعي.
 - أولويات الإنفاق الاستثماري والتنمية المستمرة للموارد المالية.
 - توازن تخصيص الموارد علي احتياجات التعليم والبحث العلمي وخدمة المجتمع لكليات وإدارات الجامعة.
- ويتم تحديد الموارد البشرية التي يتطلبها برنامج التسويق قبل بداية العام الدراسي، عن طريق حصر أعداد الطلاب فصليا في المقررات الخاصة ببرنامج التسويق، ليتم على أساسه تعيين وانتداب الأعداد المناسبة من أعضاء هيئة التدريس والهيئة المعاونة وتحقيق القياسات المرجعية.

آليات متابعة تطبيق وتحديث الاستراتيجية

آلية المتابعة:

- مسؤولية المتابعة: رئيس القسم ومنسق البرنامج ومتابعة من وكيل الكلية لشئون التعليم والطلاب.
 - توقيتات المتابعة: تتم المتابعة خلال الفصل الدراسي ويتم اعداد تقرير في نهاية كل فصل دراسي.
 - الاجراءات :
- 1- نشر وتوعية اعضاء هيئة التدريس والهيئة المعاومة والطلبة في بداية الفصل الدراسي بوسائل وطرق التعليم والتعلم التي ستتبع في إطار تدريس المقرر و اعلان الاستراتيجية بموقع الكلية.
 - 2- ملاحظة الجلسات التعليمية النظرية والتطبيقية لمتابعة الالتزام بطرق التدريس طبقاً للاستراتيجية.
 - 3- متابعة مدى التزام أعضاء هيئة التدريس والهيئة المعاونة بتوقيت المحاضرات والأداء، وتسليم الامتحانات في مواعيدها.
 - 4- التأكد من مدى الالتزام بنموذج الورقة الامتحانية شكلاً ومضموناً من خلال مراجعة الورقة الامتحانية.
 - 5- إعداد تقرير نصف سنوي للعرض والمناقشة في مجلس القسم ولجنة شئون التعليم والطلاب لرفعه لمجلس الكلية. وفي حالة عدم الالتزام من قبل أعضاء هيئة التدريس أو الهيئة المعاونة يتم تطبيق قواعد المحاسبة طبقاً إلى ميثاق العمل المعمول به بالكلية.

6- متابعة اعداد ملف المقرر (Course File) بما يتضمنه من تكاليفات ونماذج فعلية عن مستوى أداء الطلبة في التكاليفات المختلفة للتحقق من تنفيذ أنشطة التعلم الذاتي.

آلية مراجعة وتحديث الاستراتيجية:

- مسؤولية المراجعة والتحديث: منسق البرنامج ورئيس لجنة مراجعة وتطوير البرنامج وإشراف وكيل الكلية لشؤون التعليم والطلاب
- توقيتات المراجعة: يتم مراجعة وتحديث الاستراتيجية سنوياً بشكل دوري.
- مرجعيات التحديث: يعتمد تحديث الاستراتيجية على:
 - 1- التغذية الراجعة من نتائج امتحانات العام السابق.
 - 2- التغذية الراجعة من نتائج تقييم الطلاب للمقرر من خلال استبيان تقويم المقرر والذي يتضمن استطلاع رأيهم عن المحاضر والهيئة المعاونة وطرق التدريس وغيرها وتحليل النتائج ومناقشتها واتخاذ الاجراءات التصحيحية .
 - 3- التغذية الراجعة من نتائج تحليل استبيانات قياس الاراء لأعضاء هيئة التدريس والهيئة المعاونة.
 - 4- اللائحة الداخلية وتعديلاتها.
 - 5- المستجدات العالمية في التخصص واستراتيجيات التعليم.
 - 6- الظروف الخارجية مثل جائحة كورونا.
 - 7- اراء الأطراف الخارجية من أصحاب الخبرة في مجالات التخصصات المختلفة.
 - 8- ملاحظات المراجعين الداخليين والخارجيين لتوصيف البرامج والمقررات وما يتضمنه من استراتيجيات التعليم والتعلم.
 - 9- تقارير البرنامج والمقررات السنوية.