



برنامج التسويق

للعام الأكاديمي ٢٠٢٣ / ٢٠٢٤

وفقا لللائحة المعهد ٢٠٠٥

المحتويات

م	البيان	الصفحة
١	رسالة المعهد والبرنامج ومصفوفة الأتساق بينهما	
٢	مواصفات الخريج	
٣	معلومات أساسية	٣
٤	معلومات متخصصة:	
٤	١- الأهداف العامة للبرنامج	٤
٥	٢- المخرجات التعليمية المستهدفة من البرنامج	٥
٨	٣- المعايير الأكاديمية للبرنامج	٨
٨	٤- العلامات المرجعية للبرنامج	٨
٨	٥- هيكل ومكونات البرنامج	٨
١٤	٦- محتويات المقررات	١٤
٢٦	٧- متطلبات الالتحاق بالبرنامج	٢٦
٢٦	٨- القواعد المنظمة لاستكمال البرنامج	٢٦
٣٠	٩- طرق التدريس و التعلم للبرنامج	٣٠
٣١	١٠- طرق وقواعد تقييم الملحقين بالبرنامج	٣١
٣١	١١- طرق تقويم البرنامج	٣١
٣٢	الملاحق:	٣٢
٣٣	ملحق (١): المعايير الأكاديمية المرجعية لبرنامج التسويق سبتمبر ٢٠١٧ - الإصدار الأول	٣٣
٣٦	ملحق (٢): المعايير القومية الأكاديمية المرجعية لقطاع كليات التجارة يناير ٢٠٠٩ م وبرنامج إدارة الأعمال	٣٦
٤٠	ملحق (٣): وثيقة المعايير المرجعية الأكاديمية الوطنية لبرنامج التسويق - الخطة الوطنية لتطوير برامج ومناهج التعليم العالي بسوريا ٢٠١١	٤٠
٤٣	ملحق (٤): مصفوفة المضاهاه بين المعايير الأكاديمية المرجعية لبرنامج التسويق والمعايير الأكاديمية المرجعية لقطاع كليات التجارة يناير ٢٠٠٩ م برنامج إدارة الأعمال ، وبرنامج التسويق بسوريا سبتمبر ٢٠١١ م	٤٣
٤٩	ملحق (٥) : مصفوفة المضاهاه بين المعايير الأكاديمية (ARS) وبرنامج التسويق بالمعهد - مواصفات الخريج بال (ARS) مع أهداف البرنامج - نواتج تعلم بال (ARS) مع نواتج تعلم بالبرنامج	٤٩
٥٤	ملحق (٦): مصفوفة المضاهاه بين أهداف البرنامج ونواتج تعلم البرنامج	٥٤
٥٨	ملحق (٧) : مصفوفة المضاهاه بين مخرجات تعلم البرنامج والمقررات	٥٨
٦٢	ملحق (٨): توصيف المقررات	٦٢

برنامج التسويق للعام الأكاديمي ٢٠٢٣/٢٠٢٤

المعهد العالي للتسويق والتجارة ونظم المعلومات

قسم : التسويق و التجارة الالكترونية

رسالة المعهد والبرنامج:

- نص رسالة المعهد: يلتزم المعهد العالي للتسويق والتجارة ونظم المعلومات بإعداد خريج متميز علميا ومهنيا ومهاريا وقادراً على المنافسة في سوق العمل محليا وإقليميا وإنتاج أبحاث علمية وتقديم خدمة مجتمعية متنوعة بما يساهم في تحقيق التنمية المستدامة في إطار أخلاقيات المهنة.
- رسالة البرنامج: يلتزم برنامج التسويق بتقديم خدمة تعليمية متميزة لإعداد خريج قادراً على المنافسة ومواكبة احتياجات ومستجدات سوق العمل المحلي والأقليمي والتميز في البحث العلمي، وتنويع الخدمات المقدمة للمجتمع بما يساهم في التنمية المستدامة، وفق قيم المجتمع وأخلاقيات المهنة .

العنصر	تحليل رسالة المعهد	تحليل رسالة البرنامج	أوجه الاتساق
الالتزام	يلتزم المعهد العالي للتسويق والتجارة ونظم المعلومات	يلتزم برنامج التسويق	التزام البرنامج مع المعهد في تحقيق الرسالة
التعليم	خريج متميز علميا ومهنيا ومهاريا وقادراً على المنافسة في سوق العمل	تقديم خدمة تعليمية متميزة لإعداد خريج قادراً على المنافسة ومواكبة احتياجات ومستجدات سوق العمل	اتساق البرنامج مع المعهد في تميز الخريج ومواكبته لسوق العمل
مستوي المنافسة	المنافسة في سوق العمل محليا وإقليميا	سوق العمل المحلي والأقليمي	اتساق البرنامج مع المعهد في مستوى المنافسة المحلي والأقليمي
البحث العلمي	إنتاج أبحاث علمية	التميز في البحث العلمي	اتساق البرنامج مع المعهد في تقديم الأبحاث العلمية
خدمة المجتمع	تقديم خدمة مجتمعية متنوعة بما يساهم في تحقيق التنمية المستدامة	تنويع الخدمات المقدمة للمجتمع بما يساهم في التنمية المستدامة	الاتساق نحو تحقيق أهداف التنمية المستدامة و خدمة المجتمع
الاخلاقيات	في إطار أخلاقيات المهنة.	وفق قيم المجتمع وأخلاقيات المهنة	الاتساق في الالتزام بالأخلاقيات المهنية

مواصفات الخريج:

أولاً: المواصفات العامة لخريج قطاع كليات التجارة

- ١/١ استخدام المنهج العلمي في التفكير وحل المشكلات
- ٢/١ توظيف المعارف والمهارات المكتسبة في مجال التخصص لخدمة المجتمع والبيئة المحيطة بشكل إيجابي
- ٣/١ التواصل والاتصال الفعال بالآخرين
- ٤/١ التفاعل مع المستجدات والمتغيرات العالمية واستشراف طبيعة وتأثير تلك المستجدات والمتغيرات على مجال تخصصه
- ٥/١ التعليم المستمر لتطوير المعارف والمهارات المهنية المرتبطة بمجال التخصص
- ٦/١ الالتزام وتحمل المسؤولية وإنجاز الأعمال المسندة إليه بما يتفق مع القواعد القانونية والمعايير الأخلاقية والمهنية
- ٧/١ إعداد دراسات جدوى المشروعات وتقييم المقترحات الاستثمارية
- ٨/١ استخدام الحاسب الآلي وتكنولوجيا المعلومات

ثانياً: مواصفات خريج برنامج التسويق

إلى جانب المواصفات العامة لخريج قطاع كليات التجارة يجب أن يكون خريج برنامج التسويق قادراً على

- ٩/١ شرح للمفاهيم التسويقية وعلاقة التسويق باختصاصات إدارة الأعمال الأخرى
- ١٠/١ المقدرة على فهم حاجات ورغبات المستهلكين وإشباعها وعرض وشرح المشكلات التسويقية
- ١١/١ العمل على خلق وتطوير ميزة تنافسية للمنظمة.
- ١٢/١ التعرف على أهمية تكامل أنشطة التسويق مع وظائف وأنشطة إدارة الأعمال الأخرى في المنظمة.

مصفوفة الاتساق بين الرسالة و مواصفات الخريج لبرنامج التسويق

العنصر	تحليل رسالة المعهد	تحليل رسالة البرنامج	اوجه الاتساق مع مواصفات الخريج
الالتزام	يلتزم المعهد العالي للتسويق والتجارة ونظم المعلومات	يلتزم برنامج التسويق	6.1. الالتزام وتحمل المسؤولية وإنجاز الأعمال المسندة إليه بما يتفق مع القواعد القانونية والمعايير الأخلاقية والمهنية.
التعليم	خريج متميز علميا ومهنيا ومهاريا وقادراً على المنافسة في سوق العمل	تقديم خدمة تعليمية متميزة لاعداد خريج قادراً على المنافسة ومواكبة احتياجات ومستجدات سوق العمل	2.1.توظيف المعارف والمهارات المكتسبة في مجال التخصص لخدمة المجتمع والبيئة المحيطة بشكل إيجابي. 5.1.التعليم المستمر لتطوير المعارف والمهارات المهنية المرتبطة بمجال التخصص 7.1.إعداد دراسات جدوى المشروعات وتقييم المقترحات الاستثمارية. ٩/١ شرح للمفاهيم التسويقية و علاقة التسويق باختصاصات ادارة الاعمال الاخرى ١٢/١ التعرف علي أهمية تكامل أنشطة التسويق مع وظائف وأنشطة إدارة الأعمال الأخرى في المنظمة.
مستوي المنافسة	المنافسة في سوق العمل محليا وإقليميا	سوق العمل المحلي والأقليمي	8.1.استخدام الحاسب الآلي وتكنولوجيا المعلومات. 4.1. التفاعل مع المستجدات والمتغيرات العالمية واستشراف طبيعة وتأثير تلك المستجدات والمتغيرات على مجال تخصصه. ١١/١ العمل على خلق وتطوير ميزة تنافسية للمنظمة.
البحث العلمي	إنتاج أبحاث علمية	التميز في البحث العلمي	١,١. استخدام المنهج العلمي في التفكير وحل المشكلات. 5.1.التعليم المستمر لتطوير المعارف والمهارات المهنية المرتبطة بمجال التخصص.
خدمة المجتمع	تقديم خدمة مجتمعية متنوعة بما يساهم في تحقيق التنمية المستدامة	تنوع الخدمات المقدمة للمجتمع بما يساهم في التنمية المستدامة	2.1.توظيف المعارف والمهارات المكتسبة في مجال التخصص لخدمة المجتمع والبيئة المحيطة بشكل إيجابي. 3.1. التواصل والاتصال الفعال بالآخرين. ١٠/١ المقدرة على فهم حاجات ورغبات المستهلكين وإشباعها وعرض وشرح المشكلات التسويقية
الاخلاقيات	في إطار أخلاقيات المهنة.	وفق قيم المجتمع وأخلاقيات المهنة	6.1. الالتزام وتحمل المسؤولية وإنجاز الأعمال المسندة إليه بما يتفق مع القواعد القانونية والمعايير الأخلاقية والمهنية

أ- معلومات أساسية:

(١) اسم البرنامج: برنامج التسويق

(٢) طبيعة البرنامج: أحادي

(٣) القسم المسئول عن البرنامج : التسويق و التجارة الالكترونية

(٤) الأقسام المشاركة في البرنامج:

- المحاسبة .
- نظم المعلومات الادارية .

(٥) تاريخ إقرار البرنامج: ٢٥ / ٥ / ٢٠٠٥

(٦) تاريخ الموافقة على اعتماد توصيف البرنامج:

- تاريخ اعتماد مجلس القسم: ٢٣/٩/٢٠٢٣
- تاريخ اعتماد المجلس الأكاديمي: ٢٠/٩/٢٠٢٣

(٧) مسئول البرنامج: د/ ياسمين عبدالرحيم

(٨) المراجع الداخلي : د/ مروة عبدالمعز

(٩) المراجع الخارجى: أ.م.د/ بسنت الزيايدي

ب- معلومات متخصصة :

١- الأهداف العامة لبرنامج التسويق بالمعهد:

يجب أن يكون الخريج قادراً على:

أولاً: الأهداف العامة لخريج كلية التجارة :

١/١ تطبيق المنهج العلمي في التفكير لحل مشكلات التسويق (ARS 1/1)

٢/١ توظيف المعارف والمهارات المكتسبة في مجال التسويق لخدمة وتنمية المجتمع والبيئة المحيطة

(ARS 1/2)

٣/١ التواصل مع فريق العمل والاتصال الايجابي الفعال مع افراد المؤسسة (ARS 1/3)

٤/١ التعرف على التكنولوجيا الحديثه والتطورات المرتبطة بالتسويق (ARS 1/4)

٥/١ تطوير المعارف والمهارات المهنية المرتبطة بمجال التسويق من خلال التعليم المستمر (ARS 1/5)

٦/١ الالتزام بالقواعد القانونية والمعايير الاخلاقية والقدرة على تحمل وانجاز المسؤولية (ARS 1/6)

٧/١ اعداد دراسات جدوى المشروعات وتحليل وتقييم المقترحات الاستثمارية باستخدام ادوات

التسويق (ARS 1/7)

٨/١ استخدام الحاسب الآلي وتكنولوجيا المعلومات في مجال التسويق والعلوم وثيقة الصلة. (ARS 1/8)

ثانيا: الأهداف العامة لخريج تخصص التسويق :

- ٩/١ شرح للمفاهيم التسويقية وعلاقة التسويق باختصاصات إدارة الأعمال الأخرى. (ARS 1/9)
- ١٠/١ تحديد حاجات ورغبات المستهلكين وإشباعها (ARS 1/10)
- ١١/١ خلق وتطوير ميزة تنافسية للمنظمة. (ARS 1/11)
- ١٢/١ التعرف علي أهمية تكامل أنشطة التسويق مع وظائف وأنشطة إدارة الأعمال الأخرى في المنظمة. (ARS 1/12)

٢- مخرجات التعلم المستهدفة للبرنامج (ILOS) :

١/٢ المعرفة والفهم : knowledge and Understanding

بنهاية دراسة البرنامج يجب أن يكون الخريج قد أكتسب المعارف وقادراً على أن:

أولاً: المعرفة والفهم لخريج قطاع كليات التجارة

- ١/١/٢ يتعرف على الأنواع المختلفة لمؤسسات الأعمال والسمات المميزة لكل منها. (ARS 2/1)
- ٢/١/٢ يحدد البيئات المختلفة التي تعمل فيها المنظمات وأساليب التعامل معها. (ARS2/2)
- ٣/١/٢ يتعرف على التطورات والاتجاهات الحديثة والقضايا المعاصرة المرتبطة بمجال التسويق (ARS 2/3)
- ٤/١/٢ يشرح المبادئ الأساسية والنظريات والاتجاهات والمدارس الفكرية في مجال التسويق (ARS 2/4)
- ٥/١/٢ يتعرف على العلوم الاقتصادية والاحصائية والمحاسبية والإدارية وعلوم الحاسب وثيقة الصلة بالتسويق (ARS 2/5)
- ٦/١/٢ يتعرف على مناهج البحث العلمي وأدواته وأساليب القياس والتحليل اللازمة في التسويق . (ARS 2/6)
- ٧/١/٢ يتعرف العلوم الاجتماعية التي تتكامل مع العلوم التجارية. (ARS 2/7)
- ٨/١/٢ يناقش مبادئ أخلاقيات الأعمال والممارسة المهنية في مجال التسويق. (ARS 2/8)

ثانيا: المعرفة والفهم لخريج تخصص التسويق

- ٩/١/٢ يتعرف علي أسس إعداد الخطط والبرامج والسياسات ودراسات الجدوى التسويقية (ARS 2/9)
- ١٠/١/٢ يشرح أسس تصميم الهياكل التنظيمية وأدلة العمل الإدارية للأنشطة المختلفة للمؤسسة (ARS2/10)

١١/١/٢ يناقش الأسس النظرية والتطبيقية لأنظمة التسويق الحديثة (ARS 2/11)

١٢/١/٢ يتعرف علي مبادئ ونظريات التسويق و المزيج التسويقي و الترويجي وتطبيقاته ومراحل (ARS 2/12)

١٣/١/٢ يشرح مفهوم الصورة الذهنية والعوامل الداعمة له (ARS 2/13) .

١٤/١/٢ يحدد اسس و طرق البحوث التسويقية وأنواع البحوث المختلفة التحليل الكمي والكيفي (ARS 2/14)

١٥/١/٢ يصف طرق تطوير المنتجات الجديدة و اختراق الاسواق (ARS 2/15)

١٦/١/٢ يحدد حاجات و رغبات العملاء و العوامل المؤثرة فيها. (ARS 2/16)

٢/٢ المهارات الذهنية : Intellectual Skills :

بنهاية دراسة البرنامج يجب أن يكون الخريج قادراً على أن :

أولاً: المهارات الذهنية لخريج قطاع كليات التجارة :

١/٢/٢ يتبع المنهج العلمي في التفكير والتحليل والاستنتاج. (ARS 3/1)

٢/٢/٢ يختار أسس ومبادئ التفكير الإبتكاري الملائمة في مواجهة المواقف الادارية المختلفة. (ARS 3/2)

٣/٢/٢ ينقد ويكتشف العناصر الإيجابية والسلبية في المسائل والقضايا المطروحة. (ARS 3/3)

٤/٢/٢ يحلل ويفسر الأرقام و مدلولاتها. (ARS 3/4)

٥/٢/٢ يحول التهديدات الى فرص ويتعامل معها بكفاءة و ايجابية. (ARS 3/5)

٦/٢/٢ ينقد الأفكار ووجهات النظر مع ابداء الرأي بأسلوب علمي مدعم بالأدلة والموضوعية. (ARS3/6)

ثانياً: المهارات الذهنية لخريج تخصص التسويق :

٧/٢/٢ يحلل المعلومات المتعلقة باتخاذ القرار التسويقي. (ARS 3/7)

٨/٢/٢ يعد السيناريوهات والاستراتيجيات والنماذج المختلفة للتعامل مع الأحداث والقضايا الادارية. (ARS 3/8)

٩/٢/٢ يصمم الأدوات والأساليب والتقنيات المناسبة لتحليل نتائج البحوث التسويقية وتقييم البدائل. (ARS 3/9)

١٠/٢/٢ يحلل الأسواق وعلاقة المنظمة مع المنظمات الأخرى. (ARS 3/10)

١١/٢/٢ يصمم المزيج التسويقي و الترويجي بما يناسب تغيرات البيئة التسويقية. (ARS 3/11)

١٢/٢/٢ يحلل حاجات و رغبات العملاء باستخدام الادوات الملائمة. (ARS 3/12)

٢/٢ المهارات المهنية والعملية : Professional and Practical Skills

بنهاية دراسة البرنامج يجب أن يكون الخريج قادراً على أن :

أولاً: المهارات المهنية والعملية لخريج قطاع كليات التجارة

١/٣/٢ ينمي الموارد المادية والبشرية والموارد الأخرى ويحافظ عليها . (ARS 4/1)

٢/٣/٢ يحلل الاسواق عن طريق دراسات ذات دلالات علمية. (ARS 4/2)

٣/٣/٢ يجمع ويتحقق من مصادر المعلومات المختلفة. (ARS 4/3)

٤/٣/٢ يجمع البيانات والإحصائيات و يحللها ويفسر ما تعكسه من مؤشرات اقتصادية واجتماعية.

(ARS 4/4)

٥/٣/٢ يصمم ويشغل النظم الإدارية والمحاسبية والتأمينية في مجال التسويق. (ARS 4/5)

٦/٣/٢ يستخدم الأساليب العلمية في حل المشكلات العملية. (ARS 4/6)

٧/٣/٢ يقيم الاداء وفقاً للاسس ومبادئ الرقابة. (ARS 4/7)

٨/٣/٢ يعد يعرض ويفسر التقارير في مجال التسويق بأسلوب علمي. (ARS 4/8)

٩/٣/٢ يستخدم تطبيقات الحاسب الآلي وتكنولوجيا المعلومات في مجال التسويق . (ARS 4/9)

١٠/٣/٢ يستخدم ويوظف نتائج البحوث والدراسات في تطوير العمل وتحسين مستويات الأداء

(ARS 4/10)

ثانياً: المهارات المهنية والعملية لخريج تخصص التسويق :

١١/٣/٢ يعد مؤشرات تحليل بيانات البحوث والدراسات التسويقية باستخدام الأدوات والأساليب

العلمية المناسبة. (ARS 4/11)

١٢/٣/٢ يعد الخطط التسويقية ودراسات الجدوى والتحليل المالي والكمي وتقييم المشروعات

(ARS 4/12)

١٣/٣/٢ يقيم أداء التسويق ومراقبة تنفيذ الخطط التسويقية (ARS 4/13)

١٤/٣/٢ يحلل الإحصائيات والتقارير والوثائق المرتبطة بالتسويق والتجارة الالكترونية (ARS 4/14)

١٥/٣/٢ يصمم وينفذ أنظمة وقواعد البيانات و المعلومات التسويقية (ARS 4/15)

٤/٢ المهارات العامة والمنقولة: General and Transferable Skills :

يجب أن يكون الخريج قادرًا على :

١/٤/٢ يدير الوقت بفاعلية (ARS 5/1)

٢/٤/٢ يؤثر ويتصل بالآخرين بفاعلية داخل بيئة العمل (ARS 5/2)

٣/٤/٢ يعمل في فريق العمل بكفاءة (ARS 5/3)

٤/٤/٢ ينمي معارفه الفكرية ومهارات التعلم الذاتي المستمر (ARS 5/4)

٥/٤/٢ يستخدم أساليب حل المشكلات على المستوى الفردي أو المؤسسي بكفاءة عالية. (ARS5/5)

٦/٤/٢ يعرض ويقدم ويحاور بكفاءة. (ARS 5/6)

٧/٤/٢ يتعامل مع ضغوط العمل الاحترافية في ضوء ادارة الذات . (ARS 5/7)

٨/٤/٢ يبتكر ويطور ويحسن في بيئة العمل بشكل مستمر. (ARS 5/8)

٩/٤/٢ يستخدم المصطلحات الفنية ذات الصلة بموضوعات التسويق . (ARS 5/9)

١٠/٤/٢ يلم بإحدى اللغات الأجنبية واسعة الانتشار (ARS 5/10)

٣- المعايير الأكاديمية للبرنامج:

اعد برنامج التسويق معايير أكاديمية مرجعية ARS لبرنامج التسويق استرشادا بالمعايير القومية الأكاديمية المرجعية NARS لقطاع كليات التجارة برنامج إدارة الاعمال 2009 وكذلك وثيقة المعايير المرجعية الاكاديمية الوطنية لبرنامج التسويق بسوريا ٢٠١١، وتم عرضها واعتمادها من المجلس الاكاديمي بتاريخ ٢٠١٧/٧/١٩.

٤- العلامات المرجعية :

- المعايير الاكاديمية القومية المرجعية لقطاع كليات التجارة يناير ٢٠٠٩ م
- المعايير الاكاديمية القومية المرجعية لبرنامج إدارة الأعمال يناير ٢٠٠٩ م
- المعايير المرجعية الاكاديمية الوطنية لبرنامج التسويق بسوريا سبتمبر ٢٠١١ م

٥- هيكل ومكونات البرنامج:

مدة البرنامج : أربع سنوات (٨ فصول دراسية)

هيكل البرنامج :

- عدد الساعات الدراسية أسبوعياً:

محاضرات : ١٣٣ ساعة + فصول تطبيقية : ٥٤ ساعة = مجموع : ١٨٧ ساعة . إضافةً الي ٢ ساعة

حقوق الانسان و البيئة و السكان

- مقررات البرنامج :

• مقررات كل الفرق / الفصول الدراسية (أول / تاني) على مستوى البرنامج :

مقررات المناهج		المعايير القومية الأكاديمية لقطاع كليات التجارة		برنامج التسويق	
عدد	%	عدد	%	عدد	%
١٠	٢٥ %	١٣	٢٦ %		
٥	١٢,٥ %	٥	١٠ %		
٢٠	٥٠ %	٢٦	٥٢ %		
٥	١٢,٥ %	٦	١٢ %		
٤٠	١٠٠ %	٥٠	١٠٠ %		

- عدد المقررات بالبرنامج : ٥٠ = ٤٩ مقرر إضافة الى مقرر حقوق الانسان كمتطلب وزارة
- التدريب الميداني: ٣ اسابيع لكل من الفرقة الثانية والثالثة وفق قرار مجلس المعهد الأكاديمي.

العلوم الأساسية		العلوم الإنسانية	
الرقم الكودى	أسم المقرر	الرقم الكودى	أسم المقرر
١١١١	أصول محاسبة (١)	١١١٤	مبادئ القانون
1115	رياضيات	١٢١٤	أصول العلوم السياسية
١٢١١	أصول محاسبة (٢)	٢٢١٦	قانون تجارى
2111	محاسبة متوسطة	٣١١٧	حقوق الإنسان و البيئة و السكان
٢٢١١	أصول مراجعة	١٢١٥	السلوك الإدارى
٣١١١	محاسبة تكاليف (١)		
٣١١٥	مالية عامة ونظم ضريبية		
٣١١٦	محاسبة حكومية وقومية		
٣٢١١	محاسبة تكاليف (٢)		
٣٢١٣	محاسبة منشآت مالية		
٣٢١٥	محاسبة دولية		
٢١١٦	رياضيات الاستثمار		
٣١١٢	تأمين ورياضاتة		
المقررات	١٣	٥	

مواد التخصص		مواد أخرى	
الرقم الكودى	أسم المقرر	الرقم الكودى	أسم المقرر
1113	أصول الاقتصاد (١)	1116	دراسات تجارية بلغة إنجليزية (١)
٢١١٢	أصول تسويق	2115	دراسات تجارية بلغة (٢)
٤١٤١	اتصالات تسويقية	٣١١٤	دراسات تجارية بلغة ٣
٤١٤٢	الأسواق والمؤسسات المالية	٢٢١٣	تطبيقات تجاريه على الحاسب
٤١٤٣	بحوث التسويق	١٢١٦	مدخل حاسبات آلية للتجارين
٤١٤٤	التجارة الالكترونية	٤٢٤٤	بيئة الاعمال على الأنترنت
٤١٤٦	سلوك المستهلك		
٤٢٤٢	أعلان وعلاقات عامة		
٤٢٤٣	تسويق دولى		
٤٢٤٥	تسويق الخدمات		
٤٢٤٦	التسويق والتجارة الالكترونية		
٢١١٣	إدارة أنتاج وعمليات		
٣٢١٢	إدارة مواد		
٤١٤٥	إدارة الأعمال الدولية		
٤٢٤٧	مشروع التخرج		
٣١١٣	إدارة منشآت مالية		
١١١٢	أصول إدارة وتنظيم		
٢٢١٢	إدارة موارد بشريه		
٢٢١٥	تحليل أقتصادى		
٤٢٤١	مشكلات أقتصادية معاصرة		
١٢١٣	موارد أقتصادية وتطور أقتصادى		
٣٢١٦	تنمية أقتصادية		
٢١١٤	أقتصاديات نقود وبنوك		
١٢١٢	أصول أقتصاد (٢)		
٣٢١٤	أحصاء تطبيقى وبحوث عمليات		
٢٢١٤	أصول أحصاء		
المقررات	٢٦	٦	

توزيع المقررات على الفرق الدراسية الأربعة .

• الفرقة الأولى / الفصل الدراسى الاول

الرقم الكودى	أسم المقرر	عدد الساعات / الأسبوع		
		نظري	تطبيقي	إجمالى
١١١١	أصول محاسبة (١)	٣	١	٤
١١١٢	أصول الإدارة والتنظيم	٣	١	٤
١١١٣	أصول الاقتصاد (١)	٣	١	٤
١١١٤	مبادئ القانون	٣	-	٣
١١١٥	رياضيات	٣	٢	٥
١١١٦	دراسات تجارية بلغة إنجليزية	-	٣	٣
إجمالى الساعات		١٥	٨	٢٣

• الفرقة الاولى / الفصل الدراسي الثاني

الرقم الكودى	أسم المقرر	عدد الساعات / الأسبوع		
		نظري	تطبيقي	إجمالي
١٢١١	أصول محاسبة (٢)	٣	١	٤
١٢١٢	أصول الاقتصاد (٢)	٣	١	٤
١٢١٣	موارد اقتصادية وتطور اقتصادى	٣	-	٣
١٢١٤	أصول العلوم السياسية	٣	-	٣
١٢١٥	السلوك الإدارى	٣	-	٣
١٢١٦	مدخل الحاسبات الآلية للتجارين	٣	٢	٥
إجمالي الساعات		١٨	٤	٢٢

• الفرقة الثانية / الفصل الدراسي الاول

الرقم الكودى	أسم المقرر	عدد الساعات / الأسبوع		
		نظري	تطبيقي	إجمالي
٢١١١	محاسبة متوسطة	٣	١	٤
٢١١٢	أصول التسويق	٣	١	٤
٢١١٣	إدارة الأنتاج والعمليات	٣	١	٤
٢١١٤	أقتصاديات النقود والبنوك والتجارة الخارجية	٤	١	٥
٢١١٥	دراسات تجارية بلغة إنجليزية	-	٣	٣
٢١١٦	رياضيات الأستثمار	٣	٢	٥
إجمالي الساعات		١٦	٩	٢٥

• الفرقة الثانية / الفصل الدراسي الثاني

الرقم الكودى	أسم المقرر	عدد الساعات / الأسبوع		
		نظري	تطبيقي	إجمالي
٢٢١١	أصول المراجعة	٣	١	٤
٢٢١٢	إدارة الموارد البشرية	٣	١	٤
٢٢١٣	تطبيقات تجارية على الحاسب الألى	٣	٢	٥
٢٢١٤	أصول الإحصاء	٣	٢	٥
٢٢١٥	تحليل اقتصادى	٣	-	٣
٢٢١٦	القانون التجارى	٣	-	٣
إجمالي الساعات		١٨	٦	٢٤

• الفرقة الثالثة / الفصل الدراسي الاول

الرقم الكودى	أسم المقرر	عدد الساعات / الأسبوع		
		نظري	تطبيقي	إجمالي
3111	محاسبة تكاليف (١)	٣	١	٤
٣١١٢	التأمين ورياضاتة	٣	٢	٥
٣١١٣	إدارة المنشآت المالية	٣	١	٤
٣١١٤	دراسات تجارية بلغة الانجليزية	-	٣	٣
٣١١٥	مالية عامة ونظم ضريبية	٣	-	٣
٣١١٦	المحاسبة الحكومية والقومية	٣	١	٤
٣١١٧	حقوق الانسان و البيئة و السكان	٢	-	٢
إجمالي الساعات		١٥	٨	٢٣

• الفرقة الثالثة / الفصل الدراسي الثاني

الرقم الكودى	أسم المقرر	عدد الساعات / الأسبوع		
		نظري	تطبيقي	إجمالي
٣٢١١	محاسبة تكاليف (٢)	٣	١	٤
٣٢١٢	إدارة المواد	٣	١	٤
٣٢١٣	محاسبة منشآت مالية	٣	١	٤
٣٢١٤	إحصاء تطبيقي وبحوث العمليات	٣	-	٣
٣٢١٥	المحاسبة الدولية	٣	١	٤
٣٢١٦	تنمية اقتصادية	٣	-	٣
إجمالي الساعات		١٨	٤	٢٢

• الرابعة / الفصل الدراسي الاول

الرقم الكودى	أسم المقرر	عدد الساعات / الأسبوع		
		نظري	تطبيقي	إجمالي
٤١٤١	اتصالات تسويقية	٣	٢	٥
٤١٤٢	الأسواق والمؤسسات المالية	٣	١	٤
٤١٤٣	بحوث التسويق	٣	١	٤
٤١٤٤	التجارة الإلكترونية	٣	١	٤
٤١٤٥	إدارة الاعمال الدولية	٣	-	٣
٤١٤٦	سلوك المستهلك	-	٣	٣
٤٢٤٧	مشروع التخرج			
إجمالي الساعات		١٥	٨	٢٣

• **الفرقة الرابعة / الفصل الدراسي الثاني**

الرقم الكودى	أسم المقرر	عدد الساعات / الأسبوع		
		نظري	تطبيقي	إجمالي
٤٢٤١	مشكلات اقتصادية معاصرة	٣	-	٣
٤٢٤٢	أعلان وعلاقات عامة	٣	3	6
٤٢٤٣	تسويق دولى	٣	-	3
٤٢٤٤	بيئة الاعمال على الانترنت	٣	٢	٥
٤٢٤٥	تسويق الخدمات	٣	-	٣
٤٢٤٦	التسويق والتجارة الالكترونية	٣	٢	٥
٤٢٤٧	مشروع التخرج			
إجمالي الساعات		١٨	٧	٢٥

٦- **محتويات المقررات:** راجع استمارات توصيف المقررات ملحق رقم (٨)

الفرقة الأولى - (الفصل الدراسي الأول)

الرقم الكودى للمقرر	أسم المقرر	عدد الساعات أسبوعياً	
١١١١	أصول محاسبة (١)	محاضرة: ٣	سكشن : ١
طبيعة وأهمية المحاسبة - المعادلة المحاسبية - قائمة المركز المالي - قائمة الدخل وتسجيل العمليات المحاسبية في الوحدات الخدمية والتجارية - إجراء التسويات الجردية لعناصر الأصول المتداولة والثابتة والمصروفات والإيرادات - إعداد القوائم المالية واستخدام الدفاتر المساعدة والطرق المحاسبية .			

الرقم الكودى للمقرر	أسم المقرر	عدد الساعات أسبوعياً	
١١١٢	أصول الإدارة والتنظيم	محاضرة: ٣	سكشن : ١
تعريف الإدارة وعناصرها - التخطيط التنظيمي والتنظيم و التوجيه والرقابة والتنسيق - الوظائف الإدارية والإدارة والمديرون - تطور الفكر الإداري والمسئولية الاجتماعية وأخلاقيات الإدارة ومنظمات الأعمال وبيئتها ووظائفها وتنظيم المعلومات الإدارية بها واتخاذ القرارات - الاتجاهات الحديثة في الادارة وإدارة المشروعات - الادارة وتحديات المستقبل.			

الرقم الكودى للمقرر	أسم المقرر	عدد الساعات أسبوعياً
١١١٣	أصول الاقتصاد (١)	محاضرة: ٣ سكشن : ١

تعريف علم الاقتصاد - أهداف ومشاكل المجتمع الاقتصادية - النظم الاقتصادية - نظرية القيمة والمنفعة- الطلب وتوازن المستهلك - العرض والتكلفة وتوازن المنتج - نظرية التوزيع - الأسواق .

الرقم الكودى للمقرر	أسم المقرر	عدد الساعات أسبوعياً
١١١٤	مبادئ القانون	محاضرة: ٣ سكشن : -

تعريف القاعدة القانونية وخصائصها - أقسام القانون وقواعده وفروعه - الرقابة القضائية ونطاق تطبيق القانون من حيث المكان والزمان - تفسير القانون وأنواعه ومذاهب وطرق التفسير - الأشخاص القانونية وحقوقها - الشخصية الاعتبارية ومقوماتها - حقوق المعاملات المالية - نظرية الالتزام ومصادره والعقود .

الرقم الكودى للمقرر	أسم المقرر	عدد الساعات أسبوعياً
١١١٥	رياضيات	محاضرة: ٣ سكشن : ٢

المتسلسلات والاستنتاج الرياضي والكسور الجزئية - الأرقام المركبة والعلاقات الرياضية - المجموعات والمتباينات والمحددات والمصفوفات - التفاضل والتكامل والنهيات الصغرى والعظمى - التفاضل الجزئي - التكامل المحدود وغير المحدود .

الرقم الكودى للمقرر	أسم المقرر	عدد الساعات أسبوعياً
١١١٦	دراسات تجارية بلغة إنجليزية	محاضرة: - سكشن : ٣

يتم تدريس الموضوعات التجارية المعاصرة ، لتنمية قدرة الطالب في فهم وإدراك الأعمال التجارية ، ودراسة موضوعان متخصصة ذات صلة بالمال والأعمال بشكل عام .

الفرقة الأولى (الفصل الدراسى الثانى)

الرقم الكودى للمقرر	أسم المقرر	عدد الساعات أسبوعياً
١٢١١	أصول محاسبة (٢)	محاضرة: ٣ سكشن : ١

تكوين شركات الأشخاص (التضامن والتوصية والبسيطة) وتوزيع الأرباح والخسائر - تعديل العقد وانضمام وانفصال شريك - تصفية الشركة - المعالجة المحاسبية للاندماج وإعادة التكوين وإعادة التنظيم.

الرقم الكودى للمقرر	أسم المقرر	عدد الساعات أسبوعياً
١٢١٢	أصول الاقتصاد (٢)	محاضرة: ٣ سكشن : ١

أهداف الاقتصاد الكلى - السياسات الاقتصادية - دور الدولة فى النشاط الاقتصادي - التحليل الكلى الكلاسيكي والكينزى - الاستهلاك والاستثمار الكلى - الدورات الاقتصادية - البطالة والتضخم - تحليل الدخل القومي

الرقم الكودى للمقرر	أسم المقرر	عدد الساعات أسبوعياً
١٢١٣	موارد اقتصادية وتطور اقتصادى	محاضرة: ٣ سكشن : -

ماهية الموارد الاقتصادية وأهميتها - اقتصاديات الموارد البشرية والطبيعية - نظرة عامة على التطور الاقتصادي العالمي ما قبل الحرب العالمية الأولى وما بين الحربين وما بعد الحرب العالمية الثانية - التطور الصناعي والزراعي والاقتصادي فى مصر .

الرقم الكودى للمقرر	أسم المقرر	عدد الساعات أسبوعياً
١٢١٤	أصول العلوم السياسية	محاضرة: ٣ سكشن : -

ماهية العلوم السياسية وعلاقتها بالعلوم الأخرى - مجالات اهتمام وفروع علم السياسة (النظم السياسية - النظرية السياسية - الأحزاب والمؤسسات السياسية - العلاقات الدولية ...) - تطور الفكر السياسى - الدولة باعتبارها موضوع علم السياسة - الحكومة وأنواع الحكومات - العلاقات الدولية - التنظيم الدولى وأنواعه

الرقم الكودى للمقرر	أسم المقرر	عدد الساعات أسبوعياً
١٢١٥	السلوك الإدارى	محاضرة: ٣ سكشن : -

السلوك الجماعي والشخصية وأسس التوجيه المهني وتوجيه السلوك الانساني فى بيئة العمل - سيكولوجية القيادة الادارية - بحوث الدوافع فى مجال التسويق والإعلان - تطبيقات العلوم السلوكية فى مجال الصناعة والتسويق

الرقم الكودى للمقرر	أسم المقرر	عدد الساعات أسبوعياً
١٢١٦	مدخل الحاسبات الألية للتجارين	محاضرة: ٣ سكشن : ٢

مقدمة الحاسبات الالكترونية وخصائصها وأنواعها والأجهزة والبرامج المستخدمة - لغات الحاسب - وحدات التخزين المساعدة - نظم التشغيل البرامج الجاهزة نظم المعلومات وتطبيقاتها فى المجالات الاقتصادية والمالية والتجارية .

الفرقة الثانية (الفصل الدراسي الأول)

الرقم الكودى للمقرر	أسم المقرر	عدد الساعات أسبوعياً
٢١١١	محاسبة متوسطة	محاضرة: ٣ سكتشن : ١

المعالجة المحاسبية لعمليات مباشرة النشاط بقطاع الأعمال - تأصيل القواعد والمعالجة المحاسبية لكل من حسابات الميزانية (أصول وخصوم) وحسابات النتيجة (استخدامات - موارد) والقوائم والحسابات الختامية وتكوين الشركة المساهمة وتعديل رأس مالها - إصدار السندات وسدادها وتمويلها - الاستثمار في الأسهم والسندات وتوزيع الأرباح والحسابات والقوائم الختامية .

الرقم الكودى للمقرر	أسم المقرر	عدد الساعات أسبوعياً
2112	أصول التسويق	محاضرة: ٣ سكتشن : ١

مفهوم وأهمية التسويق وعلاقته بالبيئة - طرق التسويق - مفهوم السلع والخدمات والسوق - تجزئة الأسواق - المنافسة استراتيجيات وطرق التسعير - دورة حياة المنتج - تخطيط وتطوير المنتج - أساليب التعبئة وقنوات التوزيع - الترويج والاعلان - اختيار مندوبي البيع وتدريبهم ونظم الحوافز - الرقابة وتقييم اعمال رجال البيع.

الرقم الكودى للمقرر	أسم المقرر	عدد الساعات أسبوعياً
2113	إدارة الإنتاج والعمليات	محاضرة: ٣ سكتشن : ١

الدور الاستراتيجي لوظيفة الانتاج وتطوره - دورة حياة المنتجات وأساليب الانتاج واتخاذ القرارات - نشأة إدارة العمليات - التخطيط الداخلي للمصنع - اختيار الموقع - النقل والمفاضلة بين التصنيع والشاء - الرقابة الكمية على الانتاج - الاتجاهات الحديثة في ادارة الانتاج والعمليات - الجودة الشاملة وهندسة العمليات والتحسين المستمر

الرقم الكودى للمقرر	أسم المقرر	عدد الساعات أسبوعياً
2114	أقتصاديات النقود والبنوك والتجارة الخارجية	محاضرة: ٤ سكتشن : ١

طبيعة النقود ووظائفها وتطورها وأنواعها - النظريات النقدية الكلاسيكية والحديثة - التضخم والسياسات النقدية والمالية - البنوك التجارية وبنوك الاستثمار والأعمال - البنك المركزي - سوق الأوراق المالية - نظريات قيام التجارة الدولية - موازين المدفوعات - أسعار الصرف - منظمة التجارة الدولية والاتفاقيات التي تشرف عليها .

الرقم الكودى للمقرر	أسم المقرر	عدد الساعات أسبوعياً
2115	دراسات تجارية بلغة إنجليزية	محاضرة: - سكتشن : ٣
يتم تدريس بعض الموضوعات الاقتصادية والمالية المعاصرة ، التي تساعد على تنمية قدرات الطلاب لغوياً في مجال المال والأعمال ، على أن يتم التركيز على الموضوعات التي تهتم بالتسويق والبحوث التسويقية والإعلان والترويج		

الرقم الكودى للمقرر	أسم المقرر	عدد الساعات أسبوعياً
٢١١٦	رياضيات الأستثمار	محاضرة: ٣ سكتشن : ٢
الفائدة البسيطة والمركبة - الدفعات المتساوية والقيم الحالية - خصم الديون وتسويتها واستبدال واستهلاك القروض - الحسابات الجارية وتقويم واستهلاك السندات - التأمين والتجارة الخارجية وأسعار الصرف والخصم التجاري		

الفرقة الثانية (الفصل الدراسي الثاني)

الرقم الكودى للمقرر	أسم المقرر	عدد الساعات أسبوعياً
2211	أصول المراجعة	محاضرة: ٣ سكتشن : ١
أصول المراجعة - العمل الميداني للمراجعة والتخطيط له - برنامج المراجعة - الإطار السلوكي و القانوني للمراجع - الرقابة الداخلية ومقوماتها - نظم الرقابة الداخلية على الأصول والخصوم تنظيم الرقابة الداخلية - الأساليب الفنية للمراجعة - العينات - تقارير المراجعة .		

الرقم الكودى للمقرر	أسم المقرر	عدد الساعات أسبوعياً
2212	إدارة الموارد البشرية	محاضرة: ٣ سكتشن : ١
مفهوم وأهداف ادارة الموارد البشرية - توظيف القوى العاملة وصيانتها - القيادة والاتجاهات المعاصرة في ادارة الموارد البشرية - رقابة الموارد البشرية وتقويم أدائها.		

الرقم الكودى للمقرر	أسم المقرر	عدد الساعات أسبوعياً
2213	تطبيقات تجارية على الحاسب الألى	محاضرة: ٣ سكتشن : ٢
تطبيق نظم المعلومات المحاسبية والادارية في المجالات الاقتصادية المختلفة .		

الرقم الكودى للمقرر	أسم المقرر	عدد الساعات أسبوعياً
2214	أصول الإحصاء	محاضرة: ٣ سكشن : ٢

طبيعة علم الاحصاء - عرض مقاييس النزعة المركزية - مقاييس التشتت والالتواء - العزوم الإحصائية - تحليل الانحدار .

الرقم الكودى للمقرر	أسم المقرر	عدد الساعات أسبوعياً
2215	تحليل إقتصادى	محاضرة: ٣ سكشن : -

مفهوم التحليل الإقتصادى الجزئى والكلى - مفاهيم وعلاقات التحليل الإقتصادى - الأسواق والأثمان فى اقتصاديات المستهلك ، أسواق عوامل الانتاج - التوازن العام ونظريات التحليل الكلاسيكى والتحليل الكينزى - السياسة الإقتصادية الكلية - التضخم والبطالة .

الرقم الكودى للمقرر	أسم المقرر	عدد الساعات أسبوعياً
2216	القانون التجارى	محاضرة: ٣ سكشن : -

مصادر القانون التجارى - نظرية الأعمال التجارية - التاجر وشروط اكتساب صفة التاجر - الشركات التجارية وأنواعها (شركات الأشخاص وشركات الأموال) - الأوراق التجارية - الإفلاس .

الفرقة الثالثة (الفصل الدراسى الأول)

الرقم الكودى للمقرر	أسم المقرر	عدد الساعات أسبوعياً
3111	محاسبة تكاليف (١)	محاضرة: ٣ سكشن : ١

تبويب ونظريات قياس التكلفة - قياس ورقابة عناصر التكاليف (تكلفة العمالة والموارد والخدمات الصناعية والتسويقية والإدارية) - استخدام بيانات التكاليف فى التخطيط واتخاذ القرارات .

الرقم الكودى للمقرر	أسم المقرر	عدد الساعات أسبوعياً
3112	التأمين ورياضاته	محاضرة: ٣ سكشن : ٢

الخطر : أساسيات الخطر ، طرق قياس الخطر ، سياسات إدارة الخطر . التأمين : أساسيات التأمين ، مبادئ التأمين ، هيئات التأمين ، وظائف التأمين . التأمين على الحياة : عقود تأمينات الحياة ، الأقساط التجارية والاحتياطيات . التأمينات العامة : خصائص التأمينات العامة ، تأمينات الحريق ، تأمينات السيارات ، تأمينات النقل . التأمينات الاجتماعية : الضمان الاجتماعى ، التأمينات الاجتماعية ، خصائصها ، أهدافها ، أنواعها .

الرقم الكودي للمقرر	أسم المقرر	عدد الساعات أسبوعياً
٣١١٣	إدارة المنشآت المالية	محاضرة: ٣ سكتشن : ١

مفاهيم أساسية في المؤسسات المالية - البورصات وأنواعها - صناديق الاستثمار - البنوك التجارية والبنك المركزي - البنوك المتخصصة - بنوك الاستثمار - الأوراق المالية - الأدوات المالية الحديثة .

الرقم الكودي للمقرر	أسم المقرر	عدد الساعات أسبوعياً
٣١١٤	دراسات تجارية بلغة إنجليزية	محاضرة: - سكتشن : ٣

يتم تدريس موضوعات تساعد الطالب على فهم و استيعاب العلوم المالية و التجارية , ويتم التركيز على موضوعات ذات صلة وثيقة بعلم الاقتصاد , مثل نظرية الطلب و نظرية العرض و الائتمان , و التوزيع , و الاسواق - النقود - البنوك - التضخم .

الرقم الكودي للمقرر	أسم المقرر	عدد الساعات أسبوعياً
3115	مالية عامة ونظم ضريبية	محاضرة: ٣ سكتشن : -

مفهوم علم المالية العامة - الإيرادات العامة - أسس النظام الضريبي الحديث - الضرائب و تقسيماتها - - نقل العبء الضريبي والطاقة الضريبية - القروض العامة - اثر الإيرادات العامة على المتغيرات الاقتصادية - النفقات العامة - الموازنة العامة للدولة - اثر الإيرادات العامة على المتغيرات الاقتصادية - السياسة المالية - نظم ضريبية

الرقم الكودي للمقرر	أسم المقرر	عدد الساعات أسبوعياً
3116	المحاسبة الحكومية والقومية	محاضرة: ٣ سكتشن : ١

الأصول العلمية للمحاسبة الحكومية - الموازنة العامة للدولة - المجموعة المستندية و الدفترية - المراقبة الداخلية و التوجيه المحاسبي للمتحصلات و المدفوعات - المحاسبة القومية - النظم المحاسبية لبعض الهيئات غير الهادفة للربح مثل النوادي و المستشفيات و الجامعات و الجمعيات التعاونية .

الفرقة الثالثة (الفصل الدراسي الثاني)

الرقم الكودي للمقرر	أسم المقرر	عدد الساعات أسبوعياً
3211	محاسبة تكاليف (٢)	محاضرة: ٣ سكتشن : ١

تكاليف الأوامر و المراحل الإنتاجية - تحميل التكاليف غير المباشرة - المنتجات الفرعية - التكاليف المعيارية و تحليل الانحراف - محاسبة المسئولية - تقييم أداء مراكز المسئولية و أسعار التحويل

الرقم الكودى للمقرر	أسم المقرر	عدد الساعات أسبوعياً
3212	إدارة المواد	محاضرة: ٣ سكرشن : ١

وظيفة ادارة المواد و تنظيمها - إجراءات الشراء - مفهوم الجودة - الفحص و السعر المناسب - مصادر التوريد - نماذج المخزون - النقل - تخطيط احتياجات المواد و توصيف الأصناف - التخطيط الداخلي للمخازن - استلام و فحص الكميات الواردة - صرف و إرسال الكميات المطلوبة .

الرقم الكودى للمقرر	أسم المقرر	عدد الساعات أسبوعياً
3213	محاسبة منشآت مالية	محاضرة: ٣ سكرشن : ١

المفاهيم الأساسية في محاسبة البنوك - المعالجة المحاسبية لأقسام الحسابات الجارية و الودائع و التوفير و الأوراق التجارية و المقاصة و خطابات الضمان و الاعتمادات المستندية و الاوراق المالية و الصرف الاجنبى - مفهوم و أهمية النشاط التاميني - النظام المحاسبى لشركات التأمين و المجموعة الدفترية المستخدمة و الحسابات و القوائم الختامية - المحاسبة عن واثائق التأمين على الحياة و ضد الحريق - القوائم المالية المجمعة - تقييم أداء النشاط التاميني .

الرقم الكودى للمقرر	أسم المقرر	عدد الساعات أسبوعياً
3214	إحصاء تطبيقي وبحوث العمليات	محاضرة: ٣ سكرشن : -

حساب الاحتمالات و التوزيعات الاحتمالية - اختبارات الفروض - المعاينة و المراقبة الإحصائية لجودة الانتاج - السلاسل الزمنية - الأرقام القياسية - بحوث العمليات - تحليل الحساسية - صفوف الانتظار و نظرية القرارات .

الرقم الكودى للمقرر	أسم المقرر	عدد الساعات أسبوعياً
3215	المحاسبة الدولية	محاضرة: ٣ سكرشن : ١

نشأة و تطور المحاسبة الدولية - معايير المحاسبة الأمريكية F.A.S.B - معايير المحاسبة الدولية - ترجمة القوائم المالية و العمليات - المحاسبة عن التضخم على النطاق الدولى - الرقابة و المراجعة فى الشركات متعددة الجنسيات - الإفصاح على النطاق الدولى .

الرقم الكودى للمقرر	أسم المقرر	عدد الساعات أسبوعياً
3216	تنمية اقتصادية	محاضرة: ٣ سكرشن : -

التنمية الاقتصادية و دول العالم الثالث - نظريات التنمية الاقتصادية - البيئة و التنمية الاقتصادية - استراتيجيات عملية التنمية الاقتصادية - الاستثمارات الاجنبية و المحلية و دورها فى عملية التنمية .

الفرقة الرابعة (الفصل الدراسي الأول)

الرقم الكودى للمقرر	أسم المقرر	عدد الساعات أسبوعياً
4141	اتصالات تسويقية	محاضرة: ٣ سكشن : ٢
استراتيجية الاتصالات التسويقية - اختبار الرسالة والوسائل التسويقية -إعداد خطط الدعاية - المزج بين أساليب الدعاية - مسئولية تخطيط الاتصالات التسويقية .		

الرقم الكودى للمقرر	أسم المقرر	عدد الساعات أسبوعياً
4142	الأسواق والمؤسسات المالية	محاضرة: ٣ سكشن : ١
المنشآت والأوراق والأسواق المالية - التطورات المصرفية - طرق دعم النظام المصرفي للنظام الاقتصادي - أساليب مساهمة البنوك التجارية - سياسة البنوك التجارية - مناهج ادارة أصول وخصوم البنوك - الخطر والتأمين وأنواعهما - ادارة وتنظيم منشآت التأمين .		

الرقم الكودى للمقرر	أسم المقرر	عدد الساعات أسبوعياً
4143	بحوث التسويق	محاضرة: ٣ سكشن : ١
نظام المعلومات التسويقية - مفهوم وتطوير بحوث التطوير - مراحل البحث التسويقي - تصميم قوائم الاستقصاء - دراسة تصرفات المستهلك - الأساليب الإحصائية (تحليل ماركون - العينات - تحليل البيانات - تصميم التجارب).		

الرقم الكودى للمقرر	أسم المقرر	عدد الساعات أسبوعياً
4144	التجارة الإلكترونية	محاضرة: ٣ سكشن : ١
التعرف على مراحل الأعمال التجارية واستخدام امكانيات الحاسبات في تحديث العمليات التجارية بهدف تحسين الأداء وتقليل التكلفة ويشمل المقرر تحديثات وإمكانيات التحديث واستخدام شبكات المعلومات بمستوياتها المختلفة - المفاهيم الأساسية للتسويق على الشبكات - النماذج الخاصة بالإعلان وعمليات البيع والسراء - طرق البحث عن المنتجات في شبكات المعلومات - مفهوم العمل الالكتروني - النمو التجاري في الشبكات - أخلاقيات العمل التجاري - سرية الاتصالات .		

الرقم الكودى للمقرر	أسم المقرر	عدد الساعات أسبوعياً
4145	إدارة الاعمال الدولية	محاضرة: ٣ سكشن : -
أهمية المعاملات الدولية - شمولية المبادئ الإدارية - نمو الشركات المتعددة الجنسية والعوامل المؤثرة على ادارتها ومواصفات القائمين على ادارتها وكيفية اختيارهم - تقييم أداء الشركات المتعددة الجنسيات .		

الرقم الكودى للمقرر	أسم المقرر	عدد الساعات أسبوعياً
4146	سلوك المستهلك	محاضرة: - سكشن : ٣

مقدمة عن السلوك الاستهلاكي : بحوث المستهلك - تقسيم السوق إلى قطاعات - استهداف شرائح معينة في السوق - المؤثرات الفردية على السلوك الشرائي : الإدراك - التعلم - الاتجاهات - الدافعية - الشخصية ونمط الحياة - عملية اتخاذ قرارات الشراء للمستهلك . المؤثرات الاجتماعية والثقافية على سلوك المستهلك : تأثير المجموعات - تأثير الاسرة - التأثير الشخصي والكلمة المنطوقة - تأثير الطبقات الاجتماعية - تأثير الثقافة والثقافات القديمة .

الرقم الكودى للمقرر	أسم المقرر	عدد الساعات أسبوعياً
٤٢٤٧	مشروع التخرج	محاضرة: سكشن :

يختار الطالب مشروع واحد من المشروعات التي يقترحها أعضاء هيئة التدريس , كما يمكن لمجموعة من الطلاب الاشتراك في مشروع واحد , و الهدف من المشروع هو تعليم الطالب كيفية توظيف المقررات الدراسية التي تعلمها في الحياة العملية .

الفرقة الرابعة (الفصل الدراسي الثاني)

الرقم الكودى للمقرر	أسم المقرر	عدد الساعات أسبوعياً
٤٢٤١	مشكلات إقتصادية معاصرة	محاضرة: ٣ سكشن : -

يتم اختيار المشكلات الاقتصادية الهامة التي قد تكون قائمة محلياً ودولياً مثل مشكلات التضخم والبطالة والتقلبات الاقتصادية الدورية وتغيرات أسعار الصرف والأزمات الاقتصادية المحلية والدولية . الخ ويختارها الأستاذ مع القسم العلمي المختص ، وذلك لزيادة وتعميق فهم الطالب بالمشكلات الاقتصادية ، وتعليمه على طرح المقترحات والحلول لعلاج مثل هذه المشكلات

الرقم الكودى للمقرر	أسم المقرر	عدد الساعات أسبوعياً
٤٢٤٢	أعلان وعلاقات عامة	محاضرة: ٣ سكشن : ٣

الإعلان : الترويج ودوره في المزيج التسويقي - أساسيات الإعلان -تنظيم النشاط الاعلاني - أنواع الإعلان - الدافعية والسلوك الاستهلاكي - تصميم المغريات الاعلانية - كتابة الرسالة الاعلانية - تقييم فاعلية الإعلان . العلاقات العامة : أساسيات العلاقات العامة - العلاقات العامة والرأي العام - الاتصالات (المفهوم - العملية - المكونات والأساليب) - إعداد البحوث والدراسات المتعلقة بالعلاقات العامة - تقييم نشاط العلاقات العامة .

الرقم الكودي للمقرر	أسم المقرر	عدد الساعات أسبوعياً
٤٢٤٣	تسويق دولي	محاضرة: ٣ سكشن : -

الفرق بين التسويق الدولي والتسويق المحلي - الأشكال الوظيفية والتنظيمية للعمل في الأسواق الدولية - مكونات البرنامج الناجح للتسويق الدولي - التقييم الدولي أو العالمي للأسواق وللتنافسين الخارجيين - التخطيط للدخول إلى السوق الدولية - التطورات والاتجاهات التي تحدد التسويق الدولي في القرن الحادي والعشرين - معايير اختيار الموزعين الأجانب - تقييم أداء الشركات في التصدير - تحديات العولمة .

الرقم الكودي للمقرر	أسم المقرر	عدد الساعات أسبوعياً
٤٢٤٤	بيئة الاعمال على الأنترنت	محاضرة: ٣ سكشن : ٢

مقدمة عن شبكة الانترنت - الشبكة العنكبوتية - مميزات شبكة الانترنت - التجارة الالكترونية - الأمان والسرية على شبكة الانترنت بصفة عامة - السرية بشكل خاص .

المودم برامج التصفح - البرمجيات الخاصة بشبكة الانترنت - البريد الالكتروني - طرق البحث خلال شبكة الانترنت - التعرف على أهمية Hypertext - الإبحار على - URL - ما هو URL - بعض الأدلة والفهارس الموجودة على WEB - ما هو العنوان البريدي - العثور على الشركات والمنتجات والأشخاص - طرق تخزين البريد الالكتروني - البرامج البريدية - قواعد كتابة البريد الالكتروني - طرق نقل الملفات خلال شبكة الانترنت - استخدام برامج ضغط الملفات والصور - إرسال واستقبال الملفات المكتوبة والصور والفيديو والإرسال التلفزيوني خلال شبكة الانترنت . التأثير المتبادل بين بيئة الأعمال والانترنت - التغيرات في بيئة الأعمال (التجارية - المالية - السياحية - الصناعية - الاقتصادية الخ) .

الرقم الكودي للمقرر	أسم المقرر	عدد الساعات أسبوعياً
٤٢٤٥	تسويق الخدمات	محاضرة: ٣ سكشن : -

مفهوم تسويق الخدمات - تفهم تجربة الخدمة ومتطلبات نجاحها - تحسين البرمجة في تسويق الخدمات المزيج التسويقي للخدمات - استراتيجيات النمو للمنظمات الخدمية - تنفيذ برنامج تسويق الخدمات (تنظيم نشاط التسويق - أساليب تحقيق الكفاءة والفاعلية في تسويق الخدمات) .

الرقم الكودي للمقرر	أسم المقرر	عدد الساعات أسبوعياً
٤٢٤٦	التسويق والتجارة الالكترونية	محاضرة: ٣ سكشن : ٢

مقدمة عن أساسيات مفاهيم التسويق - أنواع طرق التسويق - عناصر ومكونات وتطبيقات التسويق - منهجيات وأدوات تصميم و بناء تطبيقات التسويق - الأمان و السرية بصفة عامة و بشكل خاص لطرق التسويق - طريق تدعيم عناصر سرية المعلومات - نماذج عمليه محليه و عالمية لتطبيقات التجارة الالكترونية على الانترنت - ثورة الانفوميديا (الوسائط المعلوماتية) و استخدامها في طريق التسويق (مصارف بلا صرافين - متاجر بلا ارفف - الكتاب الالكتروني) .

الرقم الكودي للمقرر	أسم المقرر	عدد الساعات أسبوعياً
٤٢٤٧	مشروع التخرج	محاضرة: ٣ سكشن :

يختار الطالب مشروع واحد من المشروعات التي يقترحها أعضاء هيئة التدريس , كما يمكن لمجموعة من الطلاب الاشتراك في مشروع واحد , و الهدف من المشروع هو تعليم الطالب كيفية توظيف المقررات الدراسية التي تعلمها في الحياة العملية .

٧- متطلبات الإلتحاق و التحويل بالبرنامج:

يخضع الإلتحاق بالبرنامج لمكتب تنسيق القبول بالجامعات والمعاهد العليا حيث يلتحق الطالب من

الفرقة الأولى بالبرنامج

مادة (١١٨)

يقبل المعهد المؤهلات الآتية:

- بالنسبة لشعبة المحاسبة وشعبة التسويق والتجارة الالكترونية، يقبل بها الحاصلون على:

١- الثانوية بشعبتيها وما يعادلها من الشهادات العربية والأجنبية.

٢- الثانوية التجارية ٣ سنوات.

٣- الثانوية الفنية للإدارة والخدمات.

- كما يقبل حملة المؤهلات التالية بالفرقة الثانية بشعبة المحاسبة وشعبة التسويق والتجارة

الالكترونية :

١- دبلوم المعاهد الفنية التجارية.

٢- الثانوية التجارية ٥ سنوات.

٣- دبلوم معاهد الإدارة والسكرتارية.

- بالنسبة للدراسة باللغة الإنجليزية بشعبة التسويق والتجارة الالكترونية، وشعبة المحاسبة، فيقبل الحاصلون على : الثانوية العامة بشعبتيها وما يعادلها من الشهادات العربية والأجنبية على أن يكون الطالب حاصلًا على ٦٥ ٪ على الأقل في اللغة الإنجليزية.

متطلبات التحويل :

تخضع عملية التحويل إلى القواعد التي تحددها وزارة التعليم العالي وتتم في حالة إستيفاء شروط التحويل .

مادة (١١٩) :

يتم تحويل ونقل قيد الطلاب فيما بين المعاهد وفق القواعد الآتية:

- ١- لا يجوز النظر في تحويل الطلاب المقيدين بالفرقة الأولى بين المعاهد المتناظرة الا اذا كان الطالب حاصلًا على الحد الأدنى للمجموع الذي وصل اليه القبول في المعهد المطلوب التحويل اليه بموافقة عميدى المعهدين.
- ٢- يجوز النظر في تحويل الطلاب المقيدين بفرقة أعلى من الفرقة الأولى بين المعاهد المتناظرة اذا وجدت ظروف اجتماعية أو صحية تقتضى التحويل وذلك بموافقة عميدى المعهدين، ويجوز في هذه الحالة قيد الطالب في فرقة مناظرة للفرقة التي كان مقيدا بها مع تأدية الامتحانات اللازمة في بعض المواد أو الاعفاء في مواد أخرى على حسب الأحوال وطبقا لخطة الدراسة، وتحسب ضمن فرص الرسوب المتاحة المدة التي قضاها الطالب الراسب في الفرقة التي ينقل الى نظيرها.
- ٣- يجوز نقل قيد الطالب المنقول الى فرقة اعلى من الفرقة الاولى بأى من الكليات الجامعية أو من معهد غير مناظر بشرط أن يكون حاصلًا على الحد الأدنى لمجموع الدرجات الذي وصل اليه القبول في المعهد المطلوب النقل اليه السند حصوله على الشهادة الثانوية وذلك بموافقة عميدى المعهدين وفي هذه الحالة يكون قيد الطالب في أولى فرق الدراسة بالمعهد.
- ٤- يجوز نقل قيد الطلاب المفصولين بغير الطريق التأديبي من الكليات العسكرية أو كلية الشرطة لعدم الصلاحية للحياة العسكرية بالمعاهد التي مدة الدراسة بها أربع سنوات مستجدين بالفرقة الاولى بشرط ان يكون الطالب حاصلًا على المجموع الكلى والمواد المؤهله ان وجدت سنه حصوله على الثانوية العامة، وأن يكون تقديم طلب الالتحاق في السنة الدراسية التي فصل الطالب خلالها أو في السنة الدراسية اللاحقة بها على الاكثر اذا كان فصله قد تم بعد بدء الدراسة بالمعهد في السنة السابقة على تقديمه طلب الالتحاق.

٥- يشترط في جميع الحالات السابقة ألا يكون الطالب المطلوب تحويله أو نقل قيده قد استنفذ فرص الرسوب وألا يكون الطالب قد فصل لسبب تأديبي.

كما يشترط تقديم طلب التحويل في المعهد المطلوب التحويل اليه قبل بدء الدراسة ويجوز لمجلس إدارة المعهد عند الضرورة القصوى قبل التحويل خلال الشهر التالي لبدء الدراسة.

وفي جميع الحالات يشترط مراجعة وموافقة رئيس الإدارة المركزية المختص.

٨- القواعد المنظمة لاستكمال البرنامج :

مادة (١٥٩) :

يشترط لدخول الطالب امتحان المقرر المخصص له تطبيقات أن يكون مستوفيا نسبة حضور لا تقل عن ٧٠٪ من مجموع ساعات هذه التطبيقات، ويصدر مجلس إدارة المعهد قرار حرمان الطالب من التقدم للامتحان في المقررات التي لم يستوف فيه نسبة الحضور، وفي هذه الحالة يعتبر الطالب راسبا في المقررات التي حرم من التقدم للامتحان فيها، إلا اذا قدم الطالب عذرا يقبله مجلس إدارة المعهد فيعتبر غائبا بعذر مقبول.

مادة (١٦٠) : يكون الامتحان تحريريا في جميع المقررات الدراسية في جميع الشعب.

مادة (١٦١) : مدة الامتحان في شعبة التسويق والتجارة الالكترونية (لغة عربية ولغة انجليزية) وشعبة المحاسبة (لغة عربية) وشعبة نظم المعلومات ساعتين فقط لكل مقرر.

مادة (١٦٢) : تكون النهاية العظمى لدرجات امتحان كل مقرر كما يلي:

- بالنسبة لشعبة نظم المعلومات الادارية مائة درجة وطبقا لما هو موضح في جداول المقررات الدراسية.
- بالنسبة لشعبة التسويق والتجارة الالكترونية عشرون درجة.
- بالنسبة لشعبة المحاسبة عشرون درجة.

مادة (١٦٣) :

اذا تخلف الطالب عن دخول الامتحان بعذر قهري يقبله مجلس إدارة المعهد، فلا يحسب غيابه رسوبا، بشرط الا يزيد التخلف عن ثلاث فرص متتالية أو متفرقة خلال سنوات الدراسة بالمعهد.

مادة (١٦٤) :

يعد غياب الطالب عن أداء الامتحان بغير عذر مقبول رسوبا ويحسب من فرص الرسوب المقرره، ويعتبر راسبا بتقدير ضعيف جدا في المقرر الذي تغيب فيه أداء الامتحان بغير عذر مقبول.

مادة (١٦٥) :

يعتبر الطالب الغائب في الامتحان التحريري غائبا في المقرر ولا ترصد له درجات فيه.

مادة (١٦٦) :

يجوز لمجلس ادارة المعهد تقرير أعمال سنة لطلاب شعبة التسويق والتجارة الالكترونية، وشعبة المحاسبة في حدود لا تتجاوز ٢٥٪ من النهاية العظمى للدرجات لكل أو لبعض المقررات الدراسية.

مادة (١٦٧) :

لكي يتخرج الطالب في شعبة التسويق والتجارة الالكترونية وشعبة المحاسبة لابد أن يؤدي بحث التخرج بنجاح، ولا تضاف الدرجة إلى المجموع التراكمي، ولكنه يعتبر مادة نجاح ورسوب حيث لا يتخرج الطالب إلا إذا نجح في مشروع التخرج، وتحدد مجالس الأقسام العلمية المختصة موضوع مشروع التخرج كما تقوم بتشكيل لجان تقييم المشاريع عمليا وشفهيا ويقدر نجاح الطالب في مشروع التخرج طبقا للتقديرات الموضحة في المادة (١٧٠).

مادة (١٦٨) :

يعقد للطلاب الراسبين في ثلاث مقررات دراسية على الأكثر فصل دراسي صيفي خلال شهرى أغسطس أو سبتمبر، يعقبه امتحان في هذه المقررات في شهر سبتمبر، وينقل الطالب الى الفرقة الأعلى اذا كان راسبا فيما لا يزيد عن مقررین من مقررات الفرق الدراسية السابقة.

مادة (١٦٩) :

ينقل الطالب من الفرقة المقيد بها الى الفرقة الأعلى اذا نجح في جميع المقررات الدراسية أو كان راسبا أو غائبا بعذر مقبول فيما لا يزيد على مقررین اثنين من فرقته أو فرقة أدنى.

مادة (١٧٠) :

يحسب التقدير العام لنجاح الطالب كما يلي:

- ممتاز ٨٥٪ فأكثر من مجموع الدرجات .
- جيد جدا من ٧٥٪ الى أقل من ٨٥٪ من مجموع الدرجات .
- جيد من ٦٥٪ الى أقل من ٧٥٪ من مجموع الدرجات .
- مقبول من ٥٠٪ الى أقل ٦٥٪ من مجموع الدرجات .

أما رسوب الطالب فيكون:

- ضعيف من ٣٠٪ الى أقل من ٥٠٪ من مجموع الدرجات .
- ضعيف جدا اقل من ٣٠٪ من مجموع الدرجات .

مادة (١٧١) :

يحسب التقدير العام للطالب في درجة البكالوريوس على أساس المجموع الكلى للدرجات التى حصل عليها فى كل السنوات الدراسية ويمنح الطالب مرتبة الشرف اذا كان تقديره النهائى ممتاز أو جيد جدا وعلى والا يقل تقديره العام على مرتبه الشرف ألا يكون قد رسب فى أى امتحان تقدم له فى أى فرقة من الفرقة الدراسية.

مادة (١٧٢) :

يعقد الامتحان تحريريا بواقع ساعتين لكل مقرر مرتين فى العام، الامتحان الاول فى شهر يناير أو شهر يونيو ويكون فى جميع المقررات، الامتحان الثانى فى شهر سبتمبر للطلاب الراسبين فى ثلاث مواد كحد اقصى.

مادة (١٧٣) :

- ١- لا يجوز للطالب أن يبقى بالفرقة الواحدة أكثر من سنتين دراسيتين ويجوز لمجلس ادارة المعهد الترخيص لمن قضي بفرقته سنتين التقدم الى الامتحان من الخارج فى السنه التالية فى المقررات التى رسبوا فيها وذلك فيما عدا طلاب السنة الأولى.
- ٢- يجوز لمجلس ادارة المعهد علاوة على ما تقدم الترخيص لطلاب الفرقة النهائية وما قبل النهائية والذين قضوا بفرقتهم سنتين للتقدم الى الامتحان من الخارج فى السنة التالية فى المقررات التى رسبوا فيها بفرصتين اضافيتين للتقدم للامتحان من الخارج.
- ٣- واذا رسب طالب الفرقة النهائية فى مالا يزيد عن نصف عدد مقررات هذه الفرقة وذلك بصرف النظر عن المقررات المتخلفة من فرق سابقة رخص له فى الامتحان حتى يتم نجاحه

مادة (١٢٠) :

- يجوز ان يقبل بالمعهد الطلاب الذي ن استنفذوا مرات الرسوب فى الكليات والمعاهد العالية الغير مناظرة والكليات العسكرية الغير مناظرة وكلية الشرطة وفقاً للقواعد الآتية :
- ان يكون الطالب مقيداً فى الكلية او المعهد العالى فى السنة الدراسية السابقة على السنة التى يلتحق بها بالمعهد .
 - أن يكون حاصلا فى الشهادة الثانوية العامة او مايعادلها على مجموع يؤهلة للالتحاق بالمعهد فى عام حصوله على تلك الشهادة او عام التحاقه بالمعهد ايهما افضل للطالب .

مادة (١٢١) :

يجوز قيد واعادة قيد الطالب فى الحالات الآتية :

- ١- الطالب المستجد الذى لم يستكمل اجراءات قيده لعذر مقبول.

- ٢- الطالب الذى سحب اوراقه وهو مقيد بالمعهد وقدم عذراً .
- ٣- الطالب الذى لم يتقدم لمكتب التنسيق فى سنة حصوله على الثانوية العامة لعذر مقبول .

٩- طرق التدريس والتعلم بالبرنامج

طرق التعليم والتعلم	تم اختياره	أ- المعرفة والفهم	ب- المهارات الذهنية	ج- المهارات المهنية والعملية	د- المهارات العامة
المحاضرة التفاعلية	√	√	√		√
المناقشة / العصف الذهنى	√	√	√		√
الدروس التطبيقية / العملية	√	√	√	√	√
التعلم الذاتى: تكليفات - ابحاث وتقارير و مشروعات صغيرة- عروض تقديمية - وغيرها	√	√	√	√	√
التعليم الالىكترونى / الهجين المتزامن (حسب القرارات الوزارية)	√	√	√		
حل مشاكل /دراسة حالة	√	√	√	√	√
زيارات ميدانية	√			√	√
لعب أدوار / محاكاة	√			√	√
العروض التوضيحية	√			√	√
التعليم غير المتزامن : رفع المادة العلمية (بور بوينت أو محاضرة مسجلة صوت و صورة)	√	√	√		
أخرى (تذكر)					

١٠- طرق تقويم الملحقين بالبرنامج :

الطريقة	ما تقيسه من المخرجات التعليمية المستهدفة			
	المعرفة والفهم	المهارات الذهنية	المهارات المهنية والعملية	المهارات العامة والمنقولة
الامتحان النظري	√	√		
انشطة تعلم ذاتى (تكليفات - ابحاث وتقارير - عروض تقديمية وغيرها)	√	√	√	√
مشروع التخرج	√	√	√	√

١١ - طرق تقويم البرنامج:

القائم بالتقويم	الوسيلة	العينة
طلاب الفرقة النهائية	إستبيانات	لا يقل عن 25 % من عدد الطلبة
الخريجون	إستبيانات	لا يقل عن ٢٥ % من اجمالي الخريجين للعام
الاطراف المجتمعية: جهات التوظيف وأصحاب الأعمال و غيرها	إستبيانات - مقابلات شخصية	عينة تمثل جميع قطاعات الأعمال المعنية لا تقل عن ٥٠ مفردة
مقيم خارجي أو ممتحن خارجي	تقارير	٢-١ تقرير
طرق أخرى: مقيم داخلي	تقارير	٢-١ تقرير

المسؤول عن البرنامج: د/ ياسمين عبدالرحيم

التوقيع: ياسمين عبدالرحيم

التاريخ: ٢٠٢٣/٩/٢٠

قائم باعمال رئيس القسم: د/ ياسمين عبدالرحيم

الملاحق

- ملحق رقم (1): المعايير الأكاديمية المرجعية (ARS) لبرنامج التسويق سبتمبر ٢٠١٧.
- ملحق رقم (2): المعايير القومية الأكاديمية المرجعية لقطاع كليات التجارة يناير 2009م وبرنامج إدارة الأعمال.
- ملحق رقم (٣): وثيقة المعايير المرجعية الأكاديمية الوطنية لبرنامج التسويق - الخطة الوطنية لتطوير برامج ومناهج التعليم العالي بسوريا ٢٠١١.
- ملحق رقم (٤): مصفوفة المضاهاة بين المعايير الأكاديمية المرجعية لبرنامج التسويق والمعايير القومية الأكاديمية المرجعية لقطاع كليات التجارة يناير ٢٠٠٩م وبرنامج إدارة الأعمال ، وبرنامج التسويق بسوريا ٢٠١١.
- ملحق رقم (٥): مصفوفة المضاهاة بين المعايير الأكاديمية المرجعية وبرنامج التسويق: أهداف البرنامج مع مواصفات الخريج.
- نواتج تعلم البرنامج مع المعايير الأكاديمية المرجعية
- ملحق رقم (٦): مصفوفة المضاهاة بين اهداف البرنامج ونواتج تعلم البرنامج
- ملحق رقم (٧): مصفوفة المضاهاة بين البرنامج والمقررات
- ملحق رقم (٨): توصيف المقررات (منفصل)

ملحق رقم (١)

المعايير الأكاديمية المرجعية (ARS) لبرنامج التسويق سبتمبر ٢٠١٧ .

١ / المواصفات العامة للخريج
المواصفات العامة لخريج قطاع كليات التجارة
١/١ استخدام المنهج العلمي في التفكير وحل المشكلات
٢/١ توظيف المعارف والمهارات المكتسبة في مجال التخصص لخدمة المجتمع والبيئة المحيطة بشكل إيجابي
٣/١ التواصل والاتصال الفعال بالآخرين
٤/١ التفاعل مع المستجدات والمتغيرات العالمية واستشراف طبيعة وتأثير تلك المستجدات والمتغيرات على مجال تخصصه
٥/١ التعليم المستمر لتطوير المعارف والمهارات المهنية المرتبطة بمجال التخصص
٦/١ الالتزام وتحمل المسؤولية وإنجاز الأعمال المسندة إليه بما يتفق مع القواعد القانونية والمعايير الأخلاقية والمهنية
٧/١ إعداد دراسات جدوى المشروعات وتقييم المقترحات الاستثمارية
٨/١ استخدام الحاسب الآلي وتكنولوجيا المعلومات
إلى جانب المواصفات العامة لخريج قطاع كليات التجارة يجب أن يكون خريج برنامج التسويق قادراً على
٩/١ شرح للمفاهيم التسويقية وعلاقة التسويق باختصاصات إدارة الأعمال الأخرى
١٠/١ المقدرة على فهم حاجات ورغبات المستهلكين وإشباعها وعرض وشرح المشكلات التسويقية
١١/١ العمل على خلق وتطوير ميزة تنافسية للمنظمة.
١٢/١ التعرف على أهمية تكامل أنشطة التسويق مع وظائف وأنشطة إدارة الأعمال الأخرى في المنظمة.
٢ / المعرفة والفهم
المعرفة والفهم لخريج قطاع كليات التجارة
1/2 الأشكال والأنواع المختلفة لمؤسسات الأعمال والسمات المميزة لكل منها
٢/٢ البيئات المختلفة التي تعمل فيها المنظمات وأساليب التعامل معها
٣/٢ التطورات والاتجاهات الحديثة والقضايا المعاصرة المرتبطة بمجال التخصص
4/2 المبادئ الأساسية والنظريات والاتجاهات والمدارس الفكرية في مجال التخصص.
٥/٢ العلوم وثيقة الصلة لتخصص التسويق
٦/٢ مناهج البحث العلمي وأدواته وأساليب القياس والتحليل.
٧/٢ التكامل بين العلوم التجارية وغيرها من العلوم الاجتماعية
٨/٢ أخلاقيات الأعمال والممارسة المهنية في مجال التخصص
إلى جانب المعارف والمفاهيم العامة لخريج كليات قطاع التجارة يجب أن يكون خريج برنامج التسويق قد اكتسب المعارف والمفاهيم التالية
9/2 أسس إعداد الخطط والبرامج والسياسات ودراسات الجدوى
١٠/٢ أسس تصميم الهياكل التنظيمية ونظم وأدلة العمل الإدارية للأنشطة المختلفة بالمؤسسة
١١/٢ الأسس النظرية والتطبيقية لأنظمة التسويق الحديثة
١٢/٢ مبادئ ونظريات التسويق و المزيج التسويقي و الترويجي و تطبيقاته و مراحل تطوره
١٣/٢ مفهوم الصورة الذهنية والعوامل الداعمة له

١٤/٢	اسس و طرق البحوث التسويقية و انواع البحوث المختلفة و التحليل الكمي و الكيفي
١٥/٢	تطوير المنتجات الجديدة و اختراق الاسواق
١٦/٢	حاجات ورغبات الزبائن والعوامل المؤثرة فيها
٣/ المهارات الذهنية	
المهارات لخريج قطاع كليات التجارة	
١/٣	التحليل والاستنتاج وإتباع المنهج العلمي في التفكير
٢/٣	تطبيق أسس ومبادئ التفكير الإبتكاري
٣/٣	النقد والتمييز واكتشاف العناصر الإيجابية والسلبية في المسائل والقضايا المطروحة
٤/٣	التعامل مع الأرقام وتحليلها وتفسير مدلولاتها
٥/٣	التعامل الإيجابي مع المواقف المختلفة بما يمكن من تحويل التهديدات إلى فرص
٦/٣	عرض الأفكار ووجهات النظر بوضوح وإبداء الرأي بأسلوب علمي مدعم بالأدلة والموضوعية
إلى جانب المهارات الذهنية العامة لخريج كليات قطاع التجارة يجب أن يكون خريج برنامج التسويق قادرا على:	
٧/٣	تحليل و شرح المعلومات المتعلقة باتخاذ القرار التسويقي
٨/٣	إعداد السيناريوهات والاستراتيجيات والنماذج المختلفة للتعامل مع الأحداث والقضايا الادارية
٩/٣	اختيار التحليل الكمي والنوعي وتصميم الادوات المناسبة لدراسة الحالات التسويقية
١٠/٣	تحليل الاسواق و علاقة المنظمة مع المنظمات الاخرى
١١/٣	تصميم المزيج التسويقي و الترويجي بما يناسب تغيرات البيئة التسويقية
١٢/٣	تحليل حاجات ورغبات العملاء باستخدام الاساليب و الادوات الملائمة
٤/ المهارات العملية والمهنية	
المهارات العملية والمهنية لخريج قطاع كليات التجارة	
1/4	التوظيف الفعال للموارد المادية والبشرية والموارد الأخرى وتنميتها والمحافظة عليها
٢/٤	القيام بدراسات وتحليل الأسواق
٣/٤	البحث عن مصادر المعلومات المختلفة والتحقق من صدقها
٤/٤	جمع البيانات والإحصائيات و تحليلها وتفسيرها وما تعكسه من مؤشرات اقتصادية واجتماعية
٥/٤	تصميم وتشغيل النظم الإدارية والمحاسبية والتأمينية كل في مجال تخصصه
٦/٤	استخدام الأساليب العلمية في حل المشكلات العملية
٧/٤	أسس ومبادئ الرقابة وتقييم الأداء
٨/٤	إعداد وعرض وتفسير التقارير في مجال التخصص بأسلوب علمي
٩/٤	استخدام تطبيقات الحاسب الآلي وتكنولوجيا المعلومات في مجال التخصص
١٠/٤	استخدام وتوظيف نتائج البحوث والدراسات في تطوير العمل وتحسين مستويات الأداء
إلى جانب المهارات المهنية العامة لخريج كليات قطاع التجارة يجب أن يكون خريج برنامج التسويق قادرا على	
١١/٤	استخدام مؤشرات تحليل بيانات البحوث و الدراسات التسويقية باستخدام الادوات و الاساليب المناسبة
١٢/٤	إعداد الخطط التسويقية ودراسات الجدوى والتحليل المالي والكمي وتقييم المشروعات
١٣/٤	تقييم اداء التسويق و مراقبة تنفيذ الخطط التسويقية
١٤/٤	اعداد الاحصائيات والتقارير وتحليل الوثائق المرتبطة بالتثويق والتجارة الالكترونية

١٥/٤ تصميم وإدارة أنظمة وقواعد البيانات والمعلومات التسويقية
٥/ المهارات المنقولة والعامه الخاصة بخريج كليات التجارة وبرنامج التسويق:
1/5 الإدارة الفعالة للوقت
٢/٥ الاتصال الفعال والتأثير في الآخرين
٣/٥ العمل الجماعي
٤/٥ التنمية المعرفية والفكرية والتعلم الذاتي المستمر
٥/٥ استخدام أساليب حل المشكلات على المستوى الفردي أو المؤسسي بكفاءة عالية
٦/٥ العرض والتقديم والحوار
٧/٥ إدارة الذات والتعامل مع ضغوط العمل
٨/٥ الابتكار والتطوير والتحسين المستمر في العمل
٩/٥ استخدام المصطلحات الفنية ذات الصلة بموضوعات البرنامج
١٠/٥ الالمام بأحدى اللغات الأجنبية واسعة الانتشار

ملحق رقم (2)

المعايير القومية الاكاديمية المرجعية لقطاع كليات التجارة وبرنامج إدارة الأعمال يناير ٢٠٠٩م

أولاً: المعايير الأكاديمية القياسية العامة لخريج كليات التجارة:

١. المواصفات العامة لخريج كليات التجارة:

يجب أن يكون خريج كلية التجارة قادراً على:

١,١. استخدام المنهج العلمي في التفكير وحل المشكلات.

2.1. توظيف المعارف والمهارات المكتسبة في مجال التخصص لخدمة المجتمع والبيئة المحيطة بشكل إيجابي.

3.1. التواصل والاتصال الفعال بالآخرين.

4.1. التفاعل مع المستجندات والمتغيرات العالمية واستشراف طبيعة وتلائم تلك المستجندات والمتغيرات على مجال تخصصه.

5.1. التعليم المستمر لتطوير المعارف والمهارات المهنية المرتبطة بمجال التخصص.

6.1. الالتزام وتحمل المسؤولية وإنجاز الأعمال المسندة إليه بملا يتفلق مع القواعد القانونية والمعايير الأخلاقية والمهنية.

7.1. إعداد دراسات جدوى المشروعات وتقييم المقترحات الاستثمارية.

8.1. استخدام الحاسب الآلي وتكنولوجيا المعلومات.

٢. المعارف والمفاهيم:

يجب أن يكون الخريج قد اكتسب المعارف و قادراً على فهم:

1.2. الأشكال والأنواع المختلفة لمؤسسات الأعمال والسمات المميزة لكل منها.

2.2. البيئات المختلفة التي تعمل فيها المنظمات وأساليب التعامل معها.

3.2. التطورات والاتجاهات الحديثة والقضايا المعاصرة المرتبطة بمجال التخصص.

4.2. المبادئ الأساسية والنظريات والاتجاهات والمدارس الفكرية في مجال التخصص.

5.2. العلوم وثيقة الصلة بالتخصص الذي يدرسه الطالب.

6.2. مناهج البحث العلمي وأدواته وأساليب القياس والتحليل.

7.2. التكامل بين العلوم التجارية وغيرها من العلوم الاجتماعية.

8.2. أخلاقيات الأعمال والممارسة المهنية في مجال التخصص.

٣. المهارات المهنية:

يجب أن يكون الخريج مكتسباً للمهارات المهنية التالية:

1.3. التوظيف الفعال للموارد المادية والبشرية والموارد الأخرى وتنميتها والمحافظة عليها.

2.3. القيام بدراسات وتحليل الأسواق.

3.3. البحث عن مصادر المعلومات المختلفة والتحقق من صدقها.

4.3. جمع البيانات والإحصائيات وتحليله وتفسيرها ومللا تعكسه من مؤشرات اقتصادية واجتماعية.

5.3. تصميم وتشغيل النظم الإدارية والمحاسبية والتأمينية كل في مجال تخصصه.

6.3. استخدام الأساليب العلمية في حل المشكلات العملية.

7.3. أسس ومبادئ الرقابة وتقييم الأداء.

8.3. إعداد وعرض وتفسير التقارير في مجال التخصص بأسلوب علمي.

9.3. استخدام تطبيقات الحاسب الآلي وتكنولوجيا المعلومات في مجال التخصص.

10.3. استخدام وتوظيف نتائج البحوث والدراسات في تطوير العمل وتحسين مستويات الأداء.

4. المهارات الذهنية:

يجب أن يكون الخريج قادراً على:

1.4. التحليل والاستنتاج وإتباع المنهج العلمي في التفكير.

2.4. تطبيق أسس ومبادئ التفكير الإبتكاري.

3.4. النقد والتمييز واكتشاف العناصر الإيجابية والسلبية في المسائل والقضايا المطروحة.

4.4. التعامل مع الأرقام وتحليلها وتفسير مدلولاتها.

5.4. التعامل الإيجابي مع المواقف المختلفة بما يمكن من تحويل التهديدات إلى فرص.

6.4. عرض الأفكار ووجهات النظر بوضوح وإبلداء للرأي بأسلوب علمي ملدعم بالأدلة والموضوعية.

5. المهارات العامة:

يجب أن يكون الخريج مكتسباً للمهارات العامة التالية:

- 1.5. الإدارة الفعالة للوقت.
- 2.5. الاتصال الفعال والتأثير في الآخرين.
- 3.5. العمل الجماعي.
- 4.5. التنمية المعرفية والفكرية والتعلم الذاتي المستمر.
- 5.5. استخدام أساليب حل المشكلات على المستوى الفردي أو المؤسسي بكفاءة عالية.
- 6.5. العرض والتقديم والحوار.
- 7.5. إدارة الذات والتعامل مع ضغوط العمل.
- 8.5. الابتكار والتطوير والتحسين المستمر في العمل.
- 9.5. استخدام المصطلحات الفنية ذات الصلة بموضوعات البرنامج.
- 10.5. الإلمام بإحدى اللغات الأجنبية واسعة الانتشار.

ثانياً: برنامج إدارة الأعمال :

١. المعارف والمفاهيم:

إلى جانب المعارف العامة والفهم التي يجب أن يكتسبها خريج كلية التجارة يجب أن يكتسب خريج برنامج إدارة الأعمال المعارف والمفاهيم التالية:

- 1.1. استخدام المنهج العلمي في حل المشكلات واتخاذ القرارات في المستويات الإدارية المختلفة.
- 2.1. أسس إعداد الخطط والبرامج والسياسات وفقاً لمتطلبات المؤسسات.
- 3.1. أسس إعداد دراسات الجدوى التسويقية وتقييم مقترحات الاستثمار.
- 4.1. أسس تصميم الهياكل التنظيمية ونظم وأدلة العمل الإدارية للأنشطة المختلفة بالمؤسسة.
- 5.1. استيعاب الفلسفات الإدارية الحديثة مثل الجودة الشاملة وإعادة هندسة العمليات واستكشاف فرص تطبيقها في مجالات العمل المختلفة.
- 6.1. مبادئ القيادة والتأثير في الآخرين.
- 7.1. الاتصالات التنظيمية وعلاقات العمل.
- 8.1. أسس التحفيز وتنمية الدافعية لدى الآخرين.
- 9.1. أسس ومفاهيم السياسات والاستراتيجيات والخطط ومتطلبات استخدامها لتلبية توقعات الأطراف ذوي العلاقة بالمنظمة.

٢. مهارات مهنية:

إلى جانب المهارات المهنية العامة التي يجب أن يكتسبها خريج كلية التجارة يجب أن يكون خريج برنامج إدارة الأعمال قادراً على:

- 1.2 إعداد الخطط الإستراتيجية وصياغة سياسات الأعمال
- 2.2 إعداد وتصميم نظم وأدلة العمل المختلفة
- 3.2 تصميم و تطوير الهياكل التنظيمية.
- 4.2 تصميم وإدارة أنظمة وقواعد المعلومات الإدارية.
- 5.2 إعداد دراسات الجدوى وتقييم المشروعات.
- 6.2 إعداد الخطط التسويقية البيعية.
- 7.2 التحليل المالي وتقييم المشروعات الاستثمارية
- 8.2 تحليل الأسواق.
- 9.2 إعداد خطط وبرامج استخدام الموارد المادية والبشرية والموارد الأخرى وتنميتها والمحافظة عليها.
- 11.2 التطبيق العملي للنظم والأساليب العلمية الحديثة في مجال إدارة الأعمال.

٣. مهارات ذهنية:

- إلى جانب المهارات الذهنية لخريجي كلية التجارة يجب أن يكون خريج برنامج إدارة الأعمال قادراً على:
- 1.3 ممارسة التفكير الإبتكاري والإبداعي في مواجهة المواقف الادارية المختلفة.
 - 2.3 الربط بين المتغيرات البيئية وأنماط اتخاذ القرارات.
 - 3.3 إعداد السيناريوهات والاستراتيجيات والنماذج المختلفة للتعامل مع الأحداث والقضايا الادارية.

ملحق رقم (٣)

وثيقة المعايير المرجعية الأكاديمية الوطنية لبرنامج التسويق - الخطة الوطنية لتطوير برامج ومناهج التعليم العالي بسوريا ٢٠١١

أولاً - معلومات أولية:

١. **العنوان:** وثيقة المعايير المرجعية الأكاديمية الوطنية لبرنامج التسويق.
٢. **التاريخ:** ١١ أيار ٢٠١٠ م.
٣. **منسق الفريق المسؤول:** الدكتور حيان ديب.

ثانياً - معلومات مهنية:

٤. **مقدمة عن برنامج التسويق:**
يُعَد اختصاص التسويق أحد اختصاصات العلوم الإدارية ويهدف إلى تزويد الخريج المختص بالمعلومات العلمية والعملية في مجال وظائف التسويق المتنوعة. ويسعى إلى التركيز على كيفية خلق القيمة بالنسبة للمستهلك والمحافظة عليها وبناء ميزات تنافسية في المنظمات سواء كانت ربحية أو غير ربحية.
٥. **معلومات مهنية عن خريجي برنامج التسويق:**
يجب أن يكون خريج برنامج التسويق قادراً على:
 - ٥,١. ربط المفاهيم النظرية بالواقع العملي للمنظمة.
 - ٥,٢. ممارسة المهام والأنشطة التسويقية في المنظمات الربحية وغير الربحية.
 - ٥,٣. استخدام تطبيقات الحاسوب وتقنيات المعلوماتية في مجال العمل التسويقي.
 - ٥,٤. تخطيط وتنفيذ ومراقبة العمل التسويقي.
 - ٥,٥. تحليل الأسواق وعلاقة الشركة مع الشركات الأخرى.
 - ٥,٦. العمل ضمن فرق تسويقية أو مشتركة.
 - ٥,٧. السعي لبناء علاقات متينة مع الشركاء داخل المنظمة وخارجها.
 - ٥,٨. العمل وفق معايير التسويق الاجتماعي والأخلاقي والبيئي بما يخدم أهداف المنظمة ومصلحة المجتمع.

٦. المواصفات المميزة لخريجي برنامج التسويق:

- ٦,١. فهم معمق للمفاهيم التسويقية وعلاقة التسويق باختصاصات إدارة الأعمال الأخرى.
- ٦,٢. المقدرة على فهم حاجات ورغبات المستهلكين وإشباعها.
- ٦,٣. العمل على خلق وتطوير ميزة تنافسية للمنظمة.
- ٦,٤. المقدرة على التعامل مع المشكلات التسويقية واستنباط الحلول المناسبة لها.
- ٦,٥. التوظيف العلمي والعملية لنتائج الدراسات والبحوث التسويقية.
- ٦,٦. المقدرة على العمل والتكيف مع أنواع المنظمات المختلفة.

- ٦,٧. فهم أهمية تكامل وظائف التسويق المختلفة.
- ٦,٨. فهم أهمية تكامل أنشطة التسويق مع وظائف وأنشطة إدارة الأعمال الأخرى في المنظمة.
- ٦,٩. إدراك أهمية التطوير المستمر للمعارف والقدرات في ظل التطورات البيئية المستمرة.
- ٦,١٠. المقدرة على عرض وشرح المشكلات التسويقية.

٧. المعايير المرجعية الأكاديمية الوطني NARS (البرنامج التسويقي) سوريا ٢٠١١

أ. المعرفة والفهم:

- يجب أن يكون الخريج قد اكتسب المعارف وقادراً على فهم الآتي:
- a1. مبادئ ونظريات التسويق وتطبيقاته ومراحل تطوره.
 - a2. حاجات ورغبات الزبائن والعوامل المؤثرة فيها.
 - a3. المفاهيم والعمليات التي تحتاج إليها المنظمات في عمليات تحسين وتطوير مزيج المنتجات أو الخدمات.
 - a4. استراتيجيات التسويق المستخدمة في عالم الأعمال.
 - a5. مفهوم الصورة الذهنية والعوامل الداعمة له.
 - a6. طبيعة البحث التسويقي وأدواته وطرق التحليل والتطبيق.
 - a7. طرائق وأساليب خلق الأفكار ومراحل طرح المنتجات الجديدة.
 - a8. التكامل بين مكونات المزيج التسويقي وعلاقتها بتحقيق أهداف المنظمة.

ب. المهارات الذهنية:

- يجب أن يكون الخريج مكتسباً للمهارات الآتية:
- b1. تحليل وشرح المعلومات المتعلقة باتخاذ القرار التسويقي.
 - b2. تحليل حاجات ورغبات الزبائن.
 - b3. تحليل وتقييم البدائل التسويقية الاستراتيجية.
 - b4. اختيار التحليل الكمي والنوعي المناسب في دراسة الحالات التسويقية.
 - b5. تحليل الأسواق وعلاقة المنظمة مع المنظمات الأخرى.
 - b6. تفسير مدلولات الأرقام والبيانات التسويقية.
 - b7. تصميم المزيج التسويقي بما يناسب تغيرات البيئة التسويقية.

ج. المهارات المهنية والعملية:

- يجب أن يكون الخريج مكتسباً للمهارات العملية والمهنية الآتية:
- c1. إعداد الدراسات والبحوث التسويقية وفق منهجية علمية صحيحة.
 - c2. استخدام مؤشرات تحليل بيانات البحوث والدراسات التسويقية باستخدام الأدوات والأساليب العلمية المناسبة.
 - c3. وضع الخطط التسويقية التي تخدم أهداف العمل.
 - c4. تقييم أداء التسويق ومراقبة تنفيذ الخطط التسويقية.

- c5. ممارسة إدارة المشاريع.
- c6. إعداد دراسات الجدوى.
- c7. استخدام تقنيات التواصل مع العملاء.

د. المهارات العامة والقابلة للانتقال:

- يجب أن يكون الخريج مكتسباً للمهارات العامة الآتية:
- d1. إدارة الذات والمبادرة الفردية والتحفيز الشخصي.
- d2. تنظيم العمل الفردي وفي إطار الوحدات التنظيمية.
- d3. إدارة الوقت بشكل فعال.
- d4. الاستخدام الفعال لتكنولوجيا الاتصالات والمعلومات في مجال تطبيقات الأعمال.
- d5. الاتصال والتواصل والتأثير والمقدرة على توصيل الأفكار والنتائج وعرضها باستخدام الوسائل الملائمة.
- d6. إعداد تقارير الأعمال والعرض والتقديم.
- d7. التفاوض والإقناع ومهارات الاصغاء الفعال.
- d8. العمل ضمن فريق متكامل ومتجانس وفعال.
- d9. اكتساب الاتجاهات الإيجابية في المواقف والتعامل مع الآخرين.
- d10. التعامل مع أنماط الشخصية العديدة في مجال العمل.
- d11. احترام الخصوصية وخصوصيات الآخرين في الحياة والعمل.
- d12. امتلاك الوعي الذاتي والانفتاح الثقافي وقبول الآخر والتكيف مع الغير.
- d13. اكتساب القيم الإيجابية في الممارسة العملية كالأمانة والنزاهة والمصداقية في العمل والعدالة والمساواة.
- d14. التحلي بسلوكيات الالتزام وتحمل المسؤولية وإنجاز الأعمال وفق الأسس القانونية والمعايير الأخلاقية والمهنية.
- d15. ممارسة نشاطات الابداع والابتكار في ميدان العمل.
- d16. تعزيز السلوك الرشيد في استخدام الموارد وتنمية الشعور والحس الوطني بالتنمية المستدامة بهدف حماية الأجيال القادمة.
- d17. تعزيز الحفاظ على المنافسة الشريفة في قطاع الأعمال من أجل حماية الفرد والمجتمع.
- d18. تخطيط المسار الوظيفي والمهني
- التعليم الذاتي والتطوير المستمر

ملحق رقم (4)

مصفوفة المضاهاة بين المعايير الأكاديمية لبرنامج التسويق

العنصر	المعايير الأكاديمية القياسية (ARS) لبرنامج التسويق بالمعهد	NARS قطاع كليات التجارة إدارة الأعمال ٢٠٠٩	وثيقة المعايير المرجعية الأكاديمية الوطنية لبرنامج التسويق سوريا ٢٠١١
مواصفات الخريج	المواصفات العامة لخريج قطاع كليات التجارة	المواصفات العامة لخريج قطاع كليات التجارة	المواصفات العامة لخريج برنامج التسويق
	١/١ استخدام المنهج العلمي في التفكير وحل المشكلات	١/١ استخدام المنهج العلمي في التفكير وحل المشكلات	
	٢/١ توظيف المعارف والمهارات المكتسبة في مجال التخصص لخدمة المجتمع والبيئة المحيطة بشكل إيجابي	٢/١ توظيف المعارف والمهارات المكتسبة في مجال التخصص لخدمة المجتمع والبيئة المحيطة بشكل إيجابي	
	٣/١ التواصل والاتصال الفعال بالآخرين	٣/١ التواصل والاتصال الفعال بالآخرين	
	٤/١ التفاعل مع المستجدات والمتغيرات العالمية واستشراف طبيعة وتأثير تلك المستجدات والمتغيرات على مجال تخصصه	٤/١ التفاعل مع المستجدات والمتغيرات العالمية واستشراف طبيعة وتأثير تلك المستجدات والمتغيرات على مجال تخصصه	
	٥/١ التعليم المستمر لتطوير المعارف والمهارات المهنية المرتبطة بمجال التخصص	٥/١ التعليم المستمر لتطوير المعارف والمهارات المهنية المرتبطة بمجال التخصص	
	٦/١ الالتزام وتحمل المسؤولية وإنجاز الأعمال المتفق مع القواعد القانونية والمعايير الأخلاقية والمهنية	٦/١ الالتزام وتحمل المسؤولية وإنجاز الأعمال المتفق مع القواعد القانونية والمعايير الأخلاقية والمهنية	
	٧/١ إعداد دراسات جدوى المشروعات وتقييم المقترحات الاستثمارية	٧/١ إعداد دراسات جدوى المشروعات وتقييم المقترحات الاستثمارية	
	٨/١ استخدام الحاسب الآلي وتكنولوجيا المعلومات	٨/١ استخدام الحاسب الآلي وتكنولوجيا المعلومات	

		إلى جانب المواصفات العامة لخريج قطاع كليات التجارة يجب أن يكون خريج برنامج التسويق قادرا على	
٩/١ شرح للمفاهيم التسويقية و علاقة التسويق باختصاصات ادارة الاعمال الأخرى	٦,١ فهم معمق للمفاهيم التسويقية و علاقة التسويق باختصاصات ادارة الاعمال الأخرى		
١٠/١ المقدرة على فهم حاجات ورغبات المستهلكين وإشباعها وعرض وشرح المشكلات التسويقية	٦,٢ المقدرة على فهم حاجات ورغبات المستهلكين وإشباعها ٦,٤ المقدرة على التعامل مع المشكلات التسويقية واستنباط الحلول المناسبة لها		
١١/١ العمل على خلق وتطوير ميزة تنافسية للمنظمة.	٦,٣ العمل على خلق وتطوير ميزة تنافسية للمنظمة		
١٢/١ التعرف على أهمية تكامل أنشطة التسويق مع وظائف وأنشطة إدارة الأعمال الأخرى في المنظمة.	٦,٨ فهم أهمية تكامل أنشطة التسويق مع وظائف وأنشطة إدارة الأعمال الأخرى في المنظمة.		
		المعرفة والفهم الخاصة بخريج قطاع كليات التجارة	
1/2 الأشكال والأنواع المختلفة لمؤسسات الأعمال والسمات المميزة لكل منها	١/٢ الأشكال والأنواع المختلفة لمؤسسات الأعمال والسمات المميزة لكل منها		
٢/٢ البيئات المختلفة التي تعمل فيها المنظمات وأساليب التعامل معها	٢/٢ البيئات المختلفة التي تعمل فيها المنظمات وأساليب التعامل معها		
٣/٢ التطورات والاتجاهات الحديثة والقضايا المعاصرة المرتبطة بمجال التخصص	٣/٢ التطورات والاتجاهات الحديثة والقضايا المعاصرة المرتبطة بمجال التخصص		
4/2 المبادئ الأساسية والنظريات والاتجاهات والمدارس الفكرية في مجال التخصص.	٤/٢ المبادئ الأساسية والنظريات والاتجاهات والمدارس الفكرية في مجال التخصص		
٥/٢ العلوم وثيقة الصلة بالتخصص الذي يدرسه الطالب	٥/٢ العلوم وثيقة الصلة بالتخصص الذي يدرسه الطالب		

المعرفة
والفهم

٦/٢ مناهج البحث العلمي وأدواته وأساليب القياس والتحليل.	٦/٢ مناهج البحث العلمي وأدواته وأساليب القياس والتحليل.	
٧/٢ التكامل بين العلوم التجارية وغيرها من العلوم الاجتماعية	٧/٢ التكامل بين العلوم التجارية وغيرها من العلوم الاجتماعية	
٨/٢ أخلاقيات الأعمال والممارسة المهنية في مجال التخصص	٨/٢ أخلاقيات الأعمال والممارسة المهنية في مجال التخصص	
		إلى جانب المعارف والمفاهيم العامة لخريج كليات قطاع التجارة يجب أن يكون خريج برنامج التسويق قد اكتسب المعارف والمفاهيم التالية
٩/٢ أسس إعداد الخطط والبرامج والسياسات ودراسات الجدوى	٢/١ أسس إعداد الخطط والبرامج والسياسات وفقاً لمتطلبات المؤسسات	
١٠/٢ أسس تصميم الهياكل التنظيمية ونظم وأدلة العمل الإدارية للأنشطة المختلفة بالمؤسسة	٤/١ أسس تصميم الهياكل التنظيمية ونظم وأدلة العمل الإدارية للأنشطة المختلفة بالمؤسسة	
١١/٢ الأسس النظرية والتطبيقية لأنظمة التسويق الحديثة	٥/١ استيعاب الفلسفات الادارية الحديثة	
١٢/٢ مبادئ و نظريات التسويق و المزيج التسويقي و الترويجي و تطبيقاته و مراحل تطوره	a1. مبادئ ونظريات التسويق و تطبيقاته و مراحل تطوره	
١٣/٢ مفهوم الصورة الذهنية و العوامل الداعمة له	5. مفهوم الصورة الذهنية و العوامل الداعمة له	
١٤/٢ اسس و طرق البحوث التسويقية و انواع البحوث المختلفة و التحليل الكمي و الكيفي	6. طبيعة البحث التسويقي و ادواته و طرق التحليل و التطبيق	
١٥/٢ تطوير المنتجات الجديدة و اختراق الأسواق	7. طرائق و اساليب و افكار و مراحل طرح المنتجات الجديدة	
١٦/٢ حاجات ورغبات الزبائن والعوامل المؤثرة فيها	a2. حاجات ورغبات الزبائن والعوامل المؤثرة فيها	

		المهارات الذهنية الخاصة بخريج قطاع كليات التجارة
	١/٣ التحليل والاستنتاج وإتباع المنهج العلمي في التفكير	١/٤ التحليل والاستنتاج وإتباع المنهج العلمي في التفكير
	٢/٣ تطبيق أسس ومبادئ التفكير الإبتكاري	٢/٤ تطبيق أسس ومبادئ التفكير الإبتكاري
	٣/٣ النقد والتمييز واكتشاف العناصر الإيجابية والسلبية في المسائل والقضايا المطروحة	٣/٤ النقد والتمييز واكتشاف العناصر الإيجابية والسلبية في المسائل والقضايا المطروحة.
	٤/٣ التعامل مع الأرقام وتحليلها وتفسير مدلولاتها	٤/٤ التعامل مع الأرقام وتحليلها وتفسير مدلولاتها
	٥/٣ التعامل الإيجابي مع المواقف المختلفة بما يمكن من تحويل التهديدات إلى فرص	٥/٤ التعامل الإيجابي مع المواقف المختلفة بما يمكن من تحويل التهديدات إلى فرص
	٦/٣ عرض الأفكار ووجهات النظر بوضوح وإبداء الرأي بأسلوب علمي مدعم بالأدلة والموضوعية	٦/٤ عرض الأفكار ووجهات النظر بوضوح وإبداء الرأي بأسلوب علمي مدعم بالأدلة والموضوعية
	إلى جانب المهارات الذهنية العامة لخريج كليات قطاع التجارة يجب أن يكون خريج التسويق قادرا على	
	٧/٣ تحليل و شرح المعلومات المتعلقة باتخاذ القرار التسويقي	٦1. تحليل و شرح المعلومات المتعلقة باتخاذ القرار التسويقي
	٨/٣ إعداد السيناريوهات والاستراتيجيات والنماذج المختلفة للتعامل مع الأحداث والقضايا الإدارية	٣/٣ إعداد السيناريوهات والاستراتيجيات والنماذج المختلفة للتعامل مع الأحداث والقضايا الادارية
	٩/٣ اختيار التحليل الكمي والنوعي وتصميم الادوات المناسبة لدراسة الحالات التسويقية	٦4. اختيار التحليل الكمي والنوعي المناسب لدراسة الحالات التسويقية
	١٠/٣ تحليل الاسواق وعلاقة المنظمة مع المنظمات الاخرى	٦5. تحليل الاسواق وعلاقة المنظمة مع المنظمات الاخرى
	3/11 تصميم المزيج التسويقي و الترويجي بما يناسب تغيرات البيئة التسويقية	٦7. تصميم المزيج التسويقي بما يناسب تغيرات البيئة التسويقية

١٢/٣ تحليل حاجات ورغبات العملاء		b2. تحليل حاجات ورغبات الزبائن
المهارات العملية والمهنية الخاصة بخريج قطاع كليات التجارة		
1/4 التوظيف الفعال للموارد المادية والبشرية والموارد الأخرى وتنميتها والمحافظة عليها	١/٣ التوظيف الفعال للموارد المادية والبشرية والموارد الأخرى وتنميتها والمحافظة عليه	
٢/٤ القيام بدراسات وتحليل الأسواق	٢/٣ القيام بدراسات وتحليل الأسواق.	
٣/٤ البحث عن مصادر المعلومات المختلفة والتحقق من صدقها	٣/٣ البحث عن مصادر المعلومات المختلفة والتحقق من صدقها	
٤/٤ جمع البيانات والإحصائيات وتحليلها وتفسيرها وما تعكسه من مؤشرات اقتصادية واجتماعية	٤/٣ جمع البيانات والإحصائيات وتحليلها وتفسيرها وما تعكسه من مؤشرات اقتصادية واجتماعية.	
٥/٤ تصميم وتشغيل النظم الإدارية والمحاسبية والتأمينية كل في مجال تخصصه	٥/٣ تصميم وتشغيل النظم الإدارية والمحاسبية والتأمينية كل في مجال تخصصه	
٦/٤ استخدام الأساليب العلمية في حل المشكلات العملية	٦/٣ استخدام الأساليب العلمية في حل المشكلات العملية	
٧/٤ أسس ومبادئ الرقابة وتقييم الأداء	٧/٣ أسس ومبادئ الرقابة وتقييم الأداء	
٨/٤ إعداد وعرض وتفسير التقارير في مجال التخصص بأسلوب علمي	٨/٣ إعداد وعرض وتفسير التقارير في مجال التخصص بأسلوب علمي.	
٩/٤ استخدام تطبيقات الحاسب الآلي وتكنولوجيا المعلومات في مجال التخصص	٩/٣ استخدام تطبيقات الحاسب الآلي وتكنولوجيا المعلومات في مجال التخصص	
١٠/٤ استخدام وتوظيف نتائج البحوث والدراسات في تطوير العمل وتحسين مستويات الأداء	١٠/٣ استخدام وتوظيف نتائج البحوث والدراسات في تطوير العمل وتحسين مستويات الأداء	

		إلى جانب المهارات المهنية العامة لخريج كليات قطاع التجارة يجب أن يكون خريج برنامج التسويق قادراً على	
C2 استخدام مؤشرات تحليل بيانات البحوث و الدراسات التسويقية باستخدام الادوات و الاساليب المناسبة		١١ /٤ استخدام مؤشرات تحليل بيانات البحوث و الدراسات التسويقية باستخدام الادوات و الاساليب المناسبة	
	٥/٢ إعداد دراسات الجدوى وتقييم المشروعات ٦/٢ إعداد الخطط التسويقية البيعية ٧/٢ التحليل المالي و تقييم المشروعات الاستثمارية	١٢/٤ إعداد الخطط التسويقية ودراسات الجدوى والتحليل المالي والكمي وتقييم المشروعات	
4.تقييم اداء التسويق و مراقبة تنفيذ الخطط التسويقية		١٣/٤ تقييم اداء التسويق و مراقبة تنفيذ الخطط التسويقية	
C2. استخدام مؤشرات تحليل بيانات البحوث والدراسات التسويقية باستخدام الادوات والاساليب العلمية المناسبة		١٤/٤ اعداد الاحصائيات والتقارير وتحليل الوثائق المرتبطة بالثبوت والتجارة الالكترونية	
	٢,٤ تصميم وإدارة أنظمة وقواعد المعلومات الادارية	١٥/٤ تصميم وإدارة أنظمة وقواعد البيانات والمعلومات التسويقية	
		المهارات المنقولة والعامة الخاصة بخريج كليات التجارة:	
	1/5 الإدارة الفعالة للوقت.	1/5 الإدارة الفعالة للوقت	
	٢/٥ الاتصال الفعال والتأثير في الآخرين	٢/٥ الاتصال الفعال والتأثير في الآخرين	
	٣/٥ العمل الجماعي	٣/٥ العمل الجماعي	
	٤/٥ التنمية المعرفية والفكرية والتعلم الذاتي المستمر	٤/٥ التنمية المعرفية والفكرية والتعلم الذاتي المستمر	
	٥/٥ استخدام أساليب حل المشكلات على المستوى الفردي أو المؤسسي بكفاءة عالية	٥/٥ استخدام أساليب حل المشكلات على المستوى الفردي أو المؤسسي بكفاءة عالية	
	٦/٥ العرض والتقديم والحوار	٦/٥ العرض والتقديم والحوار	

المهارات العامة والمنقولة

	٧ / ٥ إدارة الذات والتعامل مع ضغوط العمل.	٧/٥ إدارة الذات والتعامل مع ضغوط العمل	
	٨/٥ الابتكار والتطوير والتحسين المستمر في العمل.	٨/٥ الابتكار والتطوير والتحسين المستمر في العمل	
	٩/٥ استخدام المصطلحات الفنية ذات الصلة بموضوعات البرنامج	٩/٥ استخدام المصطلحات الفنية ذات الصلة بموضوعات البرنامج	
	١٠/٥ الالمام باحدى اللغات الاجنبية واسعة الانتشار	١٠/٥ الالمام باحدى اللغات الاجنبية واسعة الانتشار	

ملحق رقم (٥)

مصفوفة المضاهاة بين المعايير الأكاديمية المرجعية (ARS) وبرنامج التسويق

أولاً: مصفوفة أهداف البرنامج مع مواصفات الخريج

اهداف برنامج التسويق بالمعهد												مواصفات خريج التسويق بال (ARS)		
خريج التسويق				خريج كلية التجارة										
١٢/١	١١/١	١٠/١	٩/١	٨/١	٧/١	٦/١	٥/١	٤/١	٣/١	٢/١	١/١			
											√	١	خريج كلية التجارة	
										√		٢		
									√			٣		
								√				٤		
							√					٥		
						√						٦		
					√							٧		
				√								٨		
			√									٩	خريج التسويق	
		√										١٠		
	√											١١		
√												١٢		

ثانيا: مصفوفة مضاهاة نواتج تعلم (ILOs) البرنامج مع المعايير الأكاديمية المرجعية

أولا: المعرفة والفهم

المعرفة والفهم بالبرنامج																	
المعرفة والفهم بالبرنامج																	
لخريج تخصص التسويق								لخريج كلية التجارة									
١,١٦	١,١٥	١,١٤	13.1	12.1	11.1	10.1	9.1	8.1	7.1	6.1	5.1	4.1	3.1	2.1	1.1		
															√	١/١/٢	
														√		٢/١/٢	
													√			٣/١/٢	
												√				٤/١/٢	
											√					٥/١/٢	
										√						٦/١/٢	
									√							٧/١/٢	
								√								٨/١/٢	
							√									٩/١/٢	
						√										١٠/١/٢	
					√											١١/١/٢	
				√												١٢/١/٢	
			√													١٣/١/٢	
		√														١٤/١/٢	
	√															١٥/١/٢	
√																١٦/١/٢	

ثانيا: المهارات الذهنية

المهارات الذهنية بالمعايير الأكاديمية القياسية (ARS)													
خريج التسويق						خريج كلية تجارة							
2.12	11.٢	10.2	9.2	8.2	7.2	6.2	5.2	4.2	3.2	2.2	1.2		المهارات الذهنية بالبرنامج
											√	١/٢/٢	
										√		٢/٢/٢	
									√			٣/٢/٢	
								√				٤/٢/٢	
							√					٥/٢/٢	
						√						٦/٢/٢	
					√							٧/٢/٢	
				√								٨/٢/٢	
			√									٩/٢/٢	
		√										١٠/٢/٢	
	√											١١/٢/٢	
√												١٢/٢/٢	

ثالثا: المهارات المهنية

المهارات المهنية و العملية بالمعايير الأكاديمية القياسية (ARS)																
لخريج تخصص التسويق					لخريج كلية تجارة											
15.3	14.3	13.3	12.3	11.3	10.3	9.3	8.3	7.3	6.3	5.3	4.3	3.3	2.3	1.3		المهارات المهنية و العملية بالبرنامج
														√	١/٣/٢	
													√		٢/٣/٢	
												√			٣/٣/٢	
											√				٤/٣/٢	
										√					٥/٣/٢	
									√						٦/٣/٢	
								√							٧/٣/٢	
							√								٨/٣/٢	
						√									٩/٣/٢	
					√										١٠/٣/٢	
				√											١١/٣/٢	
			√												١٢/٣/٢	
		√													١٣/٣/٢	
	√														١٤/٣/٢	
√															١٥/٣/٢	

رابعاً: المهارات العامة

المهارات العامة والمنقولة بالمعايير الأكاديمية القياسية (ARS)										
لخريج كلية تجارة										
١٠,٤	٩,٤	٨,٤	٧,٤	٦,٤	٥,٤	٤,٤	٣,٤	٢,٤	١,٤	
									√	١/٤/٢
								√		٢/٤/٢
							√			٣/٤/٢
						√				٤/٤/٢
					√					٥/٤/٢
				√						٦/٤/٢
			√							٧/٤/٢
		√								٨/٤/٢
	√									٩/٤/٢
√										١٠/٤/٢

المهارات العامة والمنقولة بالبرنامج

المهارات العامة والمنقولة بالبرنامج

ملحق رقم (٦)

مصفوفة أهداف البرنامج مع نواتج التعلم للبرنامج

أولاً:المعرفة والفهم بالبرنامج																		
لخريج التسويق								لخريج كلية التجارة										
١٦/١/٢	١٥/١/٢	١٤/١/٢	١٣/١/٢	١٢/١/٢	١١/١/٢	١٠/١/٢	٩/١/٢	٨/١/٢	٧/١/٢	٦/١/٢	٥/١/٢	٤/١/٢	٣/١/٢	٢/١/٢	١/١/٢		لخريج كلية التجارة	أهداف برنامج التسويق
										✓						١/١		
✓	✓	✓														٢/١		
						✓		✓								٣/١		
				✓							✓		✓			٤/١		
		✓										✓	✓			٥/١		
					✓			✓	✓					✓		٦/١		
							✓			✓					✓	٧/١		
										✓	✓					٨/١		
			✓	✓					✓		✓					٩/١	التسويق	
✓	✓	✓														١٠/١		
✓	✓	✓		✓												١١/١		
						✓			✓		✓					١٢/١		

ثانيا:المهارات الذهنية بالبرنامج														
لخريج التسويق						لخريج كلية التجارة								
١٢/٢/٢	١١/٢/٢	١٠/٢/٢	٩/٢/٢	٨/٢/٢	٧/٢/٢	٦/٢/٢	٥/٢/٢	٤/٢/٢	٣/٢/٢	٢/٢/٢	١/٢/٢		لخريج كلية التجارة	أهداف برنامج التسويق
			✓		✓	✓			✓	✓	✓	١/١		
✓	✓	✓		✓			✓					٢/١		
		✓		✓		✓	✓					٣/١		
	✓			✓								٤/١		
✓	✓	✓	✓		✓				✓			٥/١		
						✓	✓		✓			٦/١		
✓		✓	✓		✓			✓				٧/١		
			✓		✓			✓				٨/١		
✓	✓			✓								٩/١	التسويق	
✓		✓						✓				١٠/١		
✓	✓	✓					✓			✓	✓	١١/١		
				✓					✓			١٢/١		

ثالثا:المهارات المهنية بالبرنامج																	
لخريج التسويق					لخريج كلية التجارة												
١٥/٣/٢	١٤/٣/٢	١٣/٣/٢	١٢/٣/٢	١١/٣/٢	١٠/٣/٢	٩/٣/٢	٨/٣/٢	٧/٣/٢	٦/٣/٢	٥/٣/٢	٤/٣/٢	٣/٣/٢	٢/٣/٢	١/٣/٢		لخريج كلية التجارة	أهداف برنامج التسويق
				✓			✓		✓						١/١		
					✓				✓		✓				٢/١		
		✓			✓									✓	٣/١		
						✓						✓			٤/١		
		✓	✓		✓	✓				✓					٥/١		
		✓			✓			✓						✓	٦/١		
✓	✓		✓				✓				✓				٧/١		
✓						✓					✓	✓	✓		٨/١		
	✓		✓	✓				✓					✓		٩/١	التسويق	
	✓	✓			✓		✓								١٠/١		
✓		✓	✓		✓				✓	✓	✓		✓		١١/١		
✓					✓					✓	✓				١٢/١		

رابعاً: المهارات العامة بالبرنامج												أهداف برنامج التسويق
لخريج كلية التجارة و لخريج التسويق												
١٠/٤/٢	٩/٤/٢	٨/٤/٢	٧/٤/٢	٦/٤/٢	٥/٤/٢	٤/٤/٢	٣/٤/٢	٢/٤/٢	١/٤/٢			
					✓			✓		١/١	لخريج كلية التجارة	
✓	✓					✓	✓	✓		٢/١		
									✓	٣/١		
		✓			✓	✓				٤/١		
		✓				✓				٥/١		
✓		✓			✓	✓				٦/١		
	✓		✓	✓			✓		✓	٧/١		
✓		✓		✓		✓				٨/١		
	✓			✓		✓				٩/١	التسويق	
	✓	✓				✓		✓		١٠/١		
		✓	✓		✓					١١/١		
							✓	✓	✓	١٢/١		

ملحق (٧) :

مصفوفة المضاهاة بين نواتج تعلم الفهم والمعرفة ومقررات برنامج التسويق

١٦/١/٢	١٥/١/٢	١٤/١/٢	١٣/١/٢	١٢/١/٢	١١/١/٢	١٠/١/٢	٩/١/٢	٨/١/٢	٧/١/٢	٦/١/٢	٥/١/٢	٤/١/٢	٣/١/٢	٢/١/٢	١/١/٢	مقررات البرنامج	
						√		√	√		√	√	√			اصول محاسبة (١)	١١١١
								√			√		√	√		اصول الادارة والتنظيم	١١١٢
									√		√		√	√		اصول الاقتصاد (١)	١١١٣
									√				√	√		مبادئ قانون	١١١٤
									√	√	√					رياضيات	١١١٥
								√	√							دراسات تجارية بلغة (١)	١١١٦
											√				√	اصول محاسبة (٢)	١٢١١
							√				√		√	√		اصول الاقتصاد (٢)	١٢١٢
											√		√	√		موارد اقتصادية و تطور اقتصادي	١٢١٣
									√				√	√		اصول العلوم السياسية	١٢١٤
						√		√			√			√		السلوك الاداري	١٢١٥
											√			√		مدخل الحاسبات الالية للتجارين	١٢١٦
										√	√				√	محاسبة متوسطة	٢١١١
	√		√	√		√			√			√	√			اصول التسويق	٢١١٢
												√	√			ادارة الانتاج و العمليات	٢١١٣
									√		√			√		اقتصاديات النقود و البنوك و التجارة	٢١١٤
								√	√							دراسات تجارية بلغة (٢)	٢١١٥
		√							√	√	√					رياضيات الاستثمار	٢١١٦
									√				√	√		اصول المراجعة	٢٢١١
									√					√	√	ادارة الموارد البشرية	٢٢١٢
									√		√			√	√	تطبيقات تجارية على الحاسب الالى	٢٢١٣
		√							√	√	√					اصول الاحصاء	٢٢١٤
									√		√		√	√		تحليل اقتصادي	٢٢١٥
									√				√	√	√	قانون تجارى	٢٢١٦
									√		√			√	√	محاسبة تكاليف (١)	٣١١١
									√	√						التامين و رياضياته	٣١١٢
									√			√			√	ادارة المنشآت المالية	٣١١٣
								√	√							دراسات تجارية بلغة (٣)	٣١١٤
									√		√			√		مالية عامة ونظم ضريبية	٣١١٥
												√	√			محاسبة حكومية و قومية	٣١١٦
													√		√	حقوق الانسان والسنة والسكان	3117
									√		√			√	√	محاسبة تكاليف (٢)	٣١١١
												√	√			ادارة المواد	٣١١٢
									√		√			√	√	محاسبة منشآت مالية	٣١١٣
		√								√	√					احصاء تطبيقي و بحوث عمليات	٣١١٤
										√	√			√	√	المحاسبة الدولية	٣١١٥
									√		√			√		تنمية اقتصادية	٣١١٦
		√		√								√				الاتصالات التسويقية	41٤١
						√									√	الاسواق و المؤسسات المالية	4142
√		√		√			√					√				بحوث التسويق	4143
					√							√			√	التجارة الالكترونية	4144
		√		√								√				ادارة الاعمال الدولية	4145
			√	√	√			√				√			√	سلوك المستهلك	4146
√							√						√			مشكلات اقتصادية معاصرة	4241
√	√	√		√			√					√	√			اعلان و علاقات عامة	4242
	√				√							√	√			تسويق دولي	4243
								√					√	√		بنية الاموال على الانترنت	4244
	√			√				√				√			√	تسويق الخدمات	4245
			√	√								√			√	التسويق والتجارة الالكترونية	4246
√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	مشروع التخرج	4247

مصفوفة المضاهاة بين نواتج التعلم المهارات الذهنية ومقررات برنامج التسويق

كود المقرر	المقررات الدراسية	١/٢/٢	٢/٢/٢	٣/٢/٢	٤/٢/٢	٥/٢/٢	٦/٢/٢	٧/٢/٢	٨/٢/٢	٩/٢/٢	١٠/٢/٢	١١/٢/٢	١٢/٢/٢
١١١١	اصول محاسبة (١)	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
١١١٢	اصول الادارة والتسويق	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
١١١٣	اصول الاقتصاد (١)	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
١١١٤	مبادئ قانون	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
١١١٥	رياضيات	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
١١١٦	محاسبة تجارية بلغة (١)	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
١٢١١	اصول محاسبة (٢)	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
١٢١٢	اصول الاقتصاد (٢)	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
١٢١٣	مبادئ اقتصادية وتطور اقتصادي	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
١٢١٤	مبادئ المحاسبة	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
١٢١٥	مبادئ المحاسبة	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
١٢١٦	مبادئ المحاسبة	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
٢١١١	محاسبة متوسطة	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
٢١١٢	اصول التسويق	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
٢١١٣	ادارة الانتاج و العمليات	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
٢١١٤	اقتصاديات النقود و البنوك و التجارة الخارجية	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
٢١١٥	دراسات تجارية بلغة (٢)	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
٢١١٦	مبادئ المحاسبة	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
٢٢١١	اصول المراجعة	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
٢٢١٢	ادارة الموارد البشرية	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
٢٢١٣	تطبيقات تجارية على الحاسب الالى	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
٢٢١٤	اصول الاحصاء	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
٢٢١٥	تحليل اقتصادي	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
٢٢١٦	قانون تجاري	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
٣١١١	محاسبة تكاليف (١)	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
٣١١٢	التأمين و رياضياته	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
٣١١٣	ادارة المنشآت المالية	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
٣١١٤	دراسات تجارية بلغة (٣)	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
٣١١٥	مالية عامة ونظم ضريبية	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
٣١١٦	محاسبة حكومية و قومية	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
3117	حقوق الإنسان والبيئة والسكان	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
٣٢١١	محاسبة تكاليف (٢)	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
٣٢١٢	ادارة المواد	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
٣٢١٣	محاسبة منشآت مالية	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
٣٢١٤	احصاء تطبيقي و بحوث عمليات	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
٣٢١٥	المحاسبة الدولية	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
٣٢١٦	تنمية اقتصادية	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
41٤١	الاتصالات التسويقية	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
4142	الاسواق و المؤسسات المالية	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
4143	بحوث التسويق	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
4144	التجارة الالكترونية	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
4145	ادارة الاعمال الدولية	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
4146	مبادئ المحاسبة	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
4241	مشكلات اقتصادية معاصرة	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
4242	اعلان و علاقات عامة	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
4243	تسويق دولي	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
4244	مبادئ المحاسبة	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
4245	مبادئ المحاسبة	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
4246	التسويق و التجارة الالكترونية	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
4247	مشروع التخرج	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓

مصفوفة المضاهاة بين نواتج تعلم المهارات المهنية و العملية ومقررات برنامج التسويق

١٥/٣/٢	١٤/٣/٢	١٣/٣/٢	١٢/٣/٢	١١/٣/٢	١٠/٣/٢	٩/٣/٢	٨/٣/٢	٧/٣/٢	٦/٣/٢	٥/٣/٢	٤/٣/٢	٣/٣/٢	٢/٣/٢	١/٣/٢	المقررات الدراسية	د
							✓			✓	✓	✓		✓	اصول محاسبة (١)	١١١١
								✓	✓	✓				✓	اصول الادارة والتنظيم	١١١٢
											✓		✓		اصول الاقتصاد (١)	١١١٣
									✓			✓			مبادئ قانون	١١١٤
	✓								✓		✓				رياضيات	١١١٥
												✓		✓	دراسات تجارية بلغة (١)	١١١٦
					✓				✓	✓				✓	اصول محاسبة (٢)	١٢١١
									✓		✓		✓	✓	اصول الاقتصاد (٢)	١٢١٢
											✓		✓		موارد اقتصادية و تطور اقتصادي	١٢١٣
									✓			✓			اصول العلوم السياسية	١٢١٤
								✓	✓					✓	السلوك الاداري	١٢١٥
						✓				✓					مدخل المحاسبات الالية للتجارين	١٢١٦
										✓	✓				محاسبة متوسطة	٢١١١
	✓		✓							✓			✓		اصول التسويق	٢١١٢
									✓				✓	✓	ادارة الانتاج و العمليات	٢١١٣
											✓		✓		اقتصاديات النقود و البنوك و التجارة الخارجية	٢١١٤
												✓		✓	دراسات تجارية بلغة (٢)	٢١١٥
							✓		✓		✓				رياضيات الاستثمار	٢١١٦
					✓			✓			✓	✓			اصول المراجعة	٢٢١١
								✓						✓	ادارة الموارد البشرية	٢٢١٢
	✓			✓						✓		✓			تطبيقات تجارية على الحاسب الالى	٢٢١٣
	✓										✓				اصول الاحصاء	٢٢١٤
											✓		✓		تحليل اقتصادي	٢٢١٥
									✓			✓			قانون تجاري	٢٢١٦
											✓			✓	محاسبة تكاليف (١)	٣١١١
									✓	✓				✓	التأمين و رياضياته	٣١١٢
												✓		✓	ادارة المنشآت المالية	٣١١٣
												✓		✓	دراسات تجارية بلغة (٢)	٣١١٤
					✓				✓		✓				مالية عامة ونظم ضريبية	٣١١٥
											✓			✓	محاسبة حكومية و قومية	٣١١٦
									✓			✓			حقوق الإنسان والبيئة والسكان	3117
											✓			✓	محاسبة تكاليف (٢)	٣٢١١
									✓					✓	ادارة المواد	٣٢١٢
										✓				✓	محاسبة منشآت مالية	٣٢١٣
	✓			✓					✓		✓				احصاء تطبيقي و بحوث عمليات	٣٢١٤
					✓					✓			✓		المحاسبة الدولية	٣٢١٥
					✓			✓	✓						تنمية اقتصادية	٣٢١٦
				✓		✓									الاتصالات التسويقية	41٤١
				✓									✓		الاسواق و المؤسسات المالية	4142
	✓			✓					✓		✓				بحوث التسويق	4143
✓													✓		التجارة الالكترونية	4144
	✓								✓		✓				ادارة الاعمال الدولية	4145
✓		✓											✓		سلوك المستهلك	4146
					✓			✓	✓						مشكلات اقتصادية معاصرة	4241
			✓						✓		✓				اعلان و علاقات عامة	4242
				✓									✓		تسويق دولي	4243
✓									✓	✓					بيئة الاعمال على الانترنت	4244
✓			✓										✓		تسويق الخدمات	4245
✓													✓		التسويق و التجارة الالكترونية	4246
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	مشروع التخرج	4247

مصفوفة المضاهاة بين نواتج تعلم المهارات العامة و المنقولة ومقررات برنامج التسويق

الكود	المقررات الدراسية	١٠/٤/٢	٩/٤/٢	٨/٤/٢	٧/٤/٢	٦/٤/٢	٥/٤/٢	٤/٤/٢	٣/٤/٢	٢/٤/٢	١/٤/٢
١١١١	اصول محاسبة (١)		√					√	√		
١١١٢	أصول الادارة والتنظيم						√			√	√
١١١٣	اصول الاقتصاد (١)					√	√	√			
١١١٤	مبادئ قانون		√					√			
١١١٥	رياضيات		√				√	√			
١١١٦	دراسات تجارية بلغة (١)	√	√								
١٢١١	اصول محاسبة (٢)		√					√			
١٢١٢	اصول الاقتصاد (٢)		√					√			
١٢١٣	موارد اقتصادية و تطور اقتصادي						√	√			
١٢١٤	اصول العلوم السياسية						√	√			
١٢١٥	السلوك الاداري			√	√		√				
١٢١٦	مدخل الحاسبات الالية للتجارين			√				√			
٢١١١	محاسبة متوسطة							√	√		
٢١١٢	اصول التسويق		√	√			√	√		√	
٢١١٣	ادارة الإنتاج و العمليات						√			√	√
٢١١٤	اقتصاديات النقود و البنوك و التجارة الخارجية						√	√			
٢١١٥	دراسات تجارية بلغة (٢)	√	√								
٢١١٦	رياضيات الاستثمار		√					√			
٢٢١١	اصول المراجعة			√				√	√		
٢٢١٢	ادارة الموارد البشرية				√			√	√		
٢٢١٣	تطبيقات تجارية على الحاسب الالى			√			√	√			
٢٢١٤	اصول الاحصاء		√				√	√			
٢٢١٥	تحليل اقتصادي		√				√	√			
٢٢١٦	قانون تجارى					√		√			
٣١١١	محاسبة تكاليف (١)		√	√							
٣١١٢	التأمين و رياضياته		√					√			
٣١١٣	ادارة المنشآت المالية						√	√			
٣١١٤	دراسات تجارية بلغة (٣)										
٣١١٥	مالية عامة ونظم ضريبية		√							√	
٣١١٦	محاسبة حكومية و قومية	√	√			√		√			
3117	حقوق الإنسان والبيئة والسكان						√			√	
٣٢١١	محاسبة تكاليف (٢)		√	√							
٣٢١٢	ادارة المواد		√				√	√			
٣٢١٣	محاسبة منشآت مالية		√								
٣٢١٤	احصاء تطبيقي و بحوث عمليات		√					√			
٣٢١٥	المحاسبة الدولية		√					√			
٣٢١٦	تنمية اقتصادية		√							√	
41٤١	الاتصالات التسويقية		√					√			
4142	الاسواق و المؤسسات المالية		√			√	√	√			
4143	بحوث التسويق		√			√	√	√			
4144	التجارة الالكترونية		√					√			
4145	ادارة الاعمال الدولية		√					√			
4146	سلوك المستهلك		√					√			
4241	مشكلات اقتصادية معاصرة		√				√	√	√		
4242	اعلان و علاقات عامة		√				√	√			
4243	تسويق دولي		√				√	√			
4244	بنية الاعمال على الانترنت		√					√			
4245	تسويق الخدمات		√					√			
4246	التسويق و التجارة الالكترونية		√					√			
4247	شروع التخرج	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√

ملحق ٨

توصيف المقررات