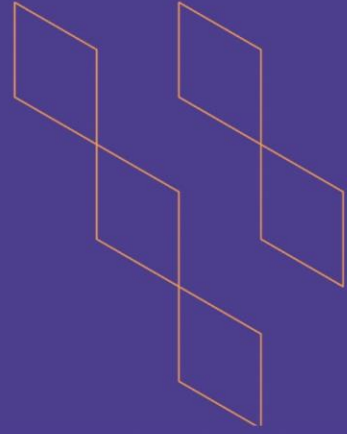




توصيف البرنامج

(بكالوريوس) —



البرنامج: بكالوريوس التسويق
رمز البرنامج في التصنيف السعودي: 04140101
مستوى المؤهل: بكالوريوس
القسم العلمي: التسويق
الكلية: الأعمال
المؤسسة: جامعة الباحة
توصيف البرنامج: جديد () مطور* (×)
تاريخ آخر مراجعة: 2023

* يرفق النسخة السابقة من توصيف البرنامج.



جدول المحتويات

3	أ. التعريف بالبرنامج ومعلومات عامه عنه:
4	ب. رسالة البرنامج وأهدافه ونواتج التعلم:
5	ج. المنهج الدراسي:
12	د. القبول والدعم الطلابي:
14	و. مصادر التعلم والمرافق والتجهيزات:
15	ز. ضمان جودة البرنامج:
19	ح. اعتماد التوصيف:



أ. التعريف بالبرنامج ومعلومات عامه عنه:

1. المقر الرئيس للبرنامج:		
الباحة – العقيق		
2. الفروع التي يقدم فيها البرنامج:		
الباحة – شعبة		
3. الشراكات مع جهات أخرى (إن وجدت) وطبيعة كل منها:		
لا يوجد		
4. المهن / الوظائف التي يتم تأهيل الطلاب لها:		
البرنامج يُأهل الخريجين في القطاعين العام والخاص للوظائف التالية:		
<ul style="list-style-type: none"> ▪ رئيس قسم التسويق ▪ مدير الإستراتيجيات التسويقية ▪ رئيس قسم البحوث والدراسات التسويقية ▪ مدير مبيعات – مدير فرع ▪ رئيس قسم الإعلان والعلاقات العامة ▪ مسؤول خدمة عملاء ▪ مدير الإنتاج ▪ مدير التوزيع – مدير فريق بيعي ▪ مدير العلامة التجارية 		
5- القطاعات المهنية ذات العلاقة:		
القطاع الخاص والعام والقطاع الخيري		
6. المسارات الرئيسة للبرنامج (إن وجدت):		
المسار	الساعات المعتمدة (لكل مسار)	المهن / الوظائف (لكل مسار)
1.		
2.		
3.		
...		
7. نقاط الخروج / المؤهل الممنوح (إن وجدت)		
نقاط الخروج / المؤهل الممنوح		إجمالي الساعات المعتمدة
1.		

2.

3.

8. إجمالي الساعات المعتمدة: (140)

ب. رسالة البرنامج وأهدافه ونواتج التعلم:

1. رسالة البرنامج:

توفير تعليم نوعي في تخصص التسويق وبمهارات بحثية تطبيقية لإعداد مهني ذو كفاءة عالية، والمساهمة في الشراكات المجتمعية التعاونية.

2. أهداف البرنامج:

- تقديم تعليم ومهارات عملية ذات الجودة ودعم الخبرة التي تعد الطلاب لمهن التسويق.
- إجراء بحوث عالية الجودة في التسويق.
- المساهمة المجتمعية من خلال المشاركة الفعالة في الأعمال التجارية والحكومية والمجتمع.
- تطوير أعضاء هيئة التدريس.

3. نواتج تعلم البرنامج*

المعرفة والفهم

1ع تحديد مفاهيم ونظريات التسويق الأساسية.

2ع تحديد استجابات سلوك المستهلك / المشتري لمحفزات التسويق.

3ع وصف عملية صنع القرار التسويقي الإستراتيجي في السياق معاصر.

المهارات

1م تطبيق نظريات وأطر وأدوات التسويق الرئيسية لمشاكل التسويق في البيئة العالمية.

2م تحليل بيئة الأعمال في مجال التسويق لصياغة إستراتيجيات تسويقية فعالة.

3م استخدام مهارات الاتصال وتكنولوجيا المعلومات في حل المشكلات التسويقية.

القيم والاستقلالية والمسؤولية

1ق إظهار مهارات العمل الجماعي والقيادة الفعالة.

2ق ممارسة إدارة الوقت.

3ق إظهار سمات التطوير الذاتي المستمر.

* يتم إضافة جدول منفصل لكل مسار أو نقاط تخرج (إن وجدت).

ج. المنهج الدراسي:

1. مكونات الخطة الدراسية:

النسبة المئوية	الساعات المعتمدة	عدد المقررات	إجباري / اختياري	مكونات الخطة الدراسية
%6	13	6	إجباري	متطلبات الجامعة
			اختياري	
%24	35	11	إجباري	متطلبات الكلية
			اختياري	
%55	84	28	إجباري	متطلبات البرنامج
%4	6	2	اختياري	
				مشروع التخرج
%4	6	1	إجباري	التدريب الميداني
				سنة الامتياز
				أخرى
%100	144	48		الإجمالي

* يتم إضافة جدول منفصل لكل مسار (إن وجد).

2. مقررات البرنامج:

نوع المتطلب (جامعة / كلية / برنامج)	الساعات المعتمدة	المتطلبات السابقة	إجباري أو اختياري	اسم المقرر	رمز المقرر	المستوى
جامعة	2	لا يوجد	إجباري	الثقافة الإسلامية (1)	ISLM10003	المستوى 1
جامعة	2	لا يوجد	إجباري	تاريخ المملكة العربية السعودية	ISLM10001	
برنامج	3	لا يوجد	إجباري	مبادئ التسويق	MKT1001	
كلية	3	لا يوجد	إجباري	مبادئ إدارة الأعمال	BUS1001	
كلية	3	لا يوجد	إجباري	الرياضيات للأعمال	MTH1001	
جامعة	2	الثقافة الإسلامية (1)	إجباري	الثقافة الإسلامية (2)		المستوى 2
جامعة	3	لا يوجد	إجباري	أساسيات التحول الرقمي		
جامعة	3	لا يوجد	إجباري	تسويق الخدمات	MKT1002	
كلية	3	لا يوجد	إجباري	اللغة الإنجليزية	ENGL1001	
برنامج				السلوك التنظيمي	BUS1251	
كلية	3	لا يوجد	إجباري	التلاوة والهدايات القرآنية		المستوى 3
كلية	3	لا يوجد	إجباري	التلاوة والهدايات القرآنية		
كلية	3	لا يوجد	إجباري	المهارات اللغوية		



نوع المتطلب (جامعة / كلية / برنامج)	الساعات المعتمدة	المتطلبات السابقة	إجباري أو اختياري	اسم المقرر	رمز المقرر	المستوى
كلية	3	لا يوجد	إجباري	نظم المعلومات الإدارية	MIS1001	
كلية	3	لا يوجد	إجباري	مبادئ المحاسبة (1)	ACC1001	
برنامج	3	ENGL1001	إجباري	اللغة الانجليزية التخصصية في التسويق	MKT1003	
برنامج	3	لا يوجد	إجباري	إدارة علاقات العملاء	MKT1251	المستوى 4
كلية	3	لا يوجد	إجباري	الاقتصاد الجزئي	ECON1251	
كلية	3	لا يوجد	إجباري	الإحصاء للأعمال	MIS1251	
كلية	3	لا يوجد	إجباري	القانون التجاري	LAW1251	
كلية	3	ECON1251	إجباري	الاقتصاد الكلي	ECON1501	
برنامج	3	لا يوجد	إجباري	مبادئ المحاسبة (2)	ACC1301	
برنامج	3	ACC10301	إجباري	مهارات الاتصال للأعمال	BUS1261	المستوى 5
برنامج	3	لا يوجد	إجباري	سلوك المستهلك	MKT10502	
برنامج	3	MKT1002	إجباري	التسويق في قطاع الضيافة والسياحة	MKT1253	المستوى 6
برنامج	3	لا يوجد	إجباري	التسويق الإلكتروني	MKT1254	
كلية	3	لا يوجد	إجباري	الإدارة المالية	FIN1501	
برنامج	3	لا يوجد	إجباري	إدارة سلسلة التوريد	BUS1520	المستوى 7
برنامج	3	MKT1001	إجباري	إستراتيجية التسعير	MKT1501	
برنامج	3	BUS1001	إجباري	إدارة الموارد البشرية	BUS1551	
برنامج	3	MKT1001	إجباري	إدارة الترويج	MKT1502	المستوى 8
برنامج	3	لا يوجد	اختياري	مقرر اختياري (1)		
برنامج	3	لا يوجد	إجباري	بحوث التسويق	BUS10801	
برنامج	3	لا يوجد	إجباري	ريادة الأعمال	BUS10602	المستوى 9
برنامج	3	BUS1001	إجباري	إدارة الإنتاج والعمليات	MKT10505	
برنامج	3	لا يوجد	اختياري	مقرر اختياري (2)	***	
برنامج	3	لا يوجد	إجباري	التسويق الدولي	MKT1507	المستوى 10
برنامج	3	لا يوجد	إجباري	إدارة المبيعات	MKT1508	
برنامج	3	MKT1001	إجباري	منافذ توزيع	MKT1509	
برنامج	3	BUS1001	إجباري	إدارة التفاوض	BUS1910	المستوى 10
برنامج	3	MKT1002	إجباري	التسويق الاجتماعي	MKT1751	
برنامج	3		إجباري	إدارة البيع بالتجزئة	MKT1752	
برنامج	3	MKT1001	إجباري	إدارة المنتج والماركة	MKT1753	
برنامج	3		إجباري	دراسات الجدوى	BUS1940	



نوع المتطلب (جامعة / كلية / برنامج)	الساعات المعتمدة	المتطلبات السابقة	إجباري أو اختياري	اسم المقرر	رمز المقرر	المستوى
برنامج	3	لا يوجد	إجباري	إستراتيجيات التسويق	MKT1754	المستوى 11
برنامج	3	MKT10502	إجباري	التسويق وحماية المستهلك	MKT1755	
برنامج	3	MKT1502	إجباري	نظرية الإعلان وتطبيقاتها	MKT1756	
برنامج	3	BUS1001	إجباري	الإدارة الإستراتيجية	BUS1960	
برنامج	6	إنهاء جميع المقررات الدراسية	إجباري	تدريب ميداني في التسويق	MKT1757	المستوى 12

* ادرج المزيد من المستويات (في حال تطبيق الفصول الثلاثة أو حسب الحاجة).

** أضف جدول لمقررات كل مسار (إن وجدت).

3. توصيف مقررات البرنامج:

ضع الرابط الإلكتروني لتوصيف جميع مقررات البرنامج وفق نموذج المركز الوطني للتقويم والاعتماد الأكاديمي (T-104).

4. مصفوفة نواتج التعلم للبرنامج:

قم بالربط بين كل من نواتج تعلم البرنامج والمقررات وفقاً للمستويات التالية:

(1 = مستوى التأسيس، 2 = مستوى الممارسة، 3 = مستوى متقدم).

نواتج التعلم للبرنامج											المقررات (رمز المقرر)
القيم، الاستقلالية والمسؤولية			المهارات				المعرفة والفهم				
ق3	ق2	ق1	م4	م3	م2	م1	ع4	ع3	ع2	ع1	
المستوى الأول											
											الثقافة الإسلامية (1)
											تاريخ المملكة العربية السعودية
											MKT1001 مبادئ التسويق
											BUS1001 مبادئ إدارة الأعمال
											MTH1001 الرياضيات للأعمال
المستوى الثاني											



نواتج التعلم للبرنامج										المقررات (رمز المقرر)	
القيم، الاستقلالية والمسؤولية			المهارات				المعرفة والفهم				
3ق	2ق	1ق	4م	3م	2م	1م	4ع	3ع	2ع		1ع
											الثقافة الاسلامية (2)
											أساسيات التحول الرقمي
											MKT1002 تسويق الخدمات
											ENGL1001 اللغة الانجليزية
											BUS1251 السلوك التنظيمي
المستوى الثالث											
											التلاوة والهدايات القرآنية
											المهارات اللغوية
											MIS1001 نظم المعلومات الادارية
											ACC1001 مبادئ المحاسبة 1
											MKT1003 اللغة الانجليزية التخصصية في التسويق
المستوى الرابع											
											ECON1251 الاقتصاد الجزئي
											MIS1251 الاحصاء للأعمال
											MKT1251 إدارة علاقات العملاء
											LAW1251 القانون التجاري
المستوى الخامس											
											MKT1252 سلوك مستهلك
											ACC1301 مبادئ المحاسبة (2)





نواتج التعلم للبرنامج										المقررات (رمز المقرر)	
القيم، الاستقلالية والمسؤولية			المهارات				المعرفة والفهم				
ق3	ق2	ق1	4م	3م	2م	1م	4ع	3ع	2ع		1ع
	2			2		2			2		ECON1501 الاقتصاد الكلي
2					2	2			2		BUS1261 مهارات الاتصال للأعمال
المستوى السادس											
	2					2	2		2		MKT1253 التسويق في قطاع الضيافة والسياحة
	2					2	2		2		MKT1254 التسويق الإلكتروني
2	2					2			2		FIN1501 الإدارة المالية
2					2		2		2		BUS1520 إدارة سلاسل التوريد
المستوى السابع											
2					2	2			2		MKT1501 إستراتيجية التسعير
2					2		2		2		BUS1551 إدارة الموارد البشرية
		2				2	2		2		MKT1502 إدارة الترويج
		2				2	2		2		مقرر اختياري (1)
المستوى الثامن											
		3			3	3	3		3		MKT1505 بحوث التسويق
	3				3	3			3		BUS1610 ريادة الأعمال
		3			3	3			3		BUS1830 إدارة الإنتاج والعمليات
3						3	3		3		مقرر اختياري (2)
المستوى التاسع											
	3				3	3	3		3		MKT1507 التسويق الدولي





نواتج التعلم للبرنامج										المقررات (رمز المقرر)	
القيم، الاستقلالية والمسؤولية			المهارات				المعرفة والفهم				
ق3	ق2	ق1	4م	3م	2م	1م	4ع	3ع	2ع		1ع
		3		3	3	3		3			MKT1508 إدارة المبيعات
		3			3	3		3			MKT1509 منافذ توزيع
	3			3	3			3			BUS1910 إدارة التفاوض
المستوى العاشر											
		3			3	3			3		MKT1751 التسويق الاجتماعي
		3			3	3	3		3		MKT1752 إدارة البيع بالتجزئة
		3			3	3	3		3		MKT1753 إدارة المنتج والماركة
3					3	3			3		BUS1940 دراسات الجدوى
المستوى الحادي عشر											
3					3	3	3		3		MKT1754 إستراتيجيات التسويق
	3				3	3	3			3	MKT1755 التسويق وحماية المستهلك
	3					3	3		3		MKT1756 نظرية الإعلان وتطبيقاتها
	3				3	3	3		3		BUS1960 الإدارة الإستراتيجية
المستوى الثاني عشر											
3	3	3			3	3	3			3	MKT1757 التدريب التعاوني في التسويق
المقررات الاختيارية											
	3				3	3			3		MKT1503 التسويق بين الشركات
	3				3	3			3		MKT1504 العلاقات العامة





نواتج التعلم للبرنامج										المقررات (رمز المقرر)
القيم، الاستقلالية والمسؤولية			المهارات				المعرفة والفهم			
ق3	ق2	ق1	م4	م3	م2	م1	ع4	ع3	ع2	ع1
3					3	3			3	
3				3	3	3			3	

* يتم إضافة جدول منفصل لكل مسار (إن وجد).

5. إستراتيجيات التعليم والتعلم المطبقة لتحقيق نواتج التعلم للبرنامج:

صف سياسات واستراتيجيات التعليم والتعلم متضمنة الأنشطة الصفية واللاصفية المناسبة لتحقيق نواتج التعلم المستهدفة في كل مجال

6. طرق تقويم نواتج التعلم للبرنامج:

صف أساليب وطرق التقويم المستخدمة (مباشرة، غير مباشرة) للتحقق من اكتساب الطلاب لنواتج التعلم المستهدفة في كل مجال ينبغي على البرنامج وضع خطة لتقويم نواتج التعلم على مستوى البرنامج (على أن تغطي كل نواتج التعلم مرتين على الأقل في دورة البرنامج لمرحلة البكالوريوس، ويكتفى بمرة واحدة في المراحل الأخرى).

طرق التقويم	إستراتيجيات التعليم والتعلم	نواتج تعلم البرنامج
المعرفة والفهم		
الاختبارات التحريرية (الفصلية والنهائية)	<ul style="list-style-type: none"> المحاضرات الحوار والمناقشة التعليم التفاعلي 	1ع تحديد المفاهيم والنظريات التسويقية الأساسية.
	<ul style="list-style-type: none"> المحاضرات العروض الحوار والمناقشة التعليم التفاعلي 	2ع تحديد استجابات سلوك المستهلك / المشتري لمحفزات التسويق.
	<ul style="list-style-type: none"> المحاضرات العروض الحوار والمناقشة التعليم التفاعلي التعلم التعاوني 	3ع وصف عملية صنع القرار التسويقي الإستراتيجي في السياق معاصر.
المهارات		
<ul style="list-style-type: none"> الاختبارات التحريرية (الفصلية والنهائية) تقييم الواجبات (باستخدام نماذج التقييم- الروبرك) 	<ul style="list-style-type: none"> حل المشكلات التعليم التعاوني دراسة الحالة جلسات عملية الفصل المقلوب 	1م تطبيق نظريات وأطر وأدوات التسويق الرئيسية لمشاكل التسويق في البيئة العالمية.
	<ul style="list-style-type: none"> حل المشكلات التعليم التعاوني دراسة الحالة 	2م تحليل بيئة الأعمال في مجال التسويق لصياغة إستراتيجيات تسويقية فعالة.



طرق التقويم	إستراتيجيات التعلم والتعليم	نواتج تعلم البرنامج	
	<ul style="list-style-type: none"> جلسات عملية الفصل المقلوب حل المشكلات التعليم التعاوني دراسة الحالة جلسات عملية الفصل المقلوب 	إستخدام المعلومات والتكنولوجيا الرقمية في حل المشكلات التسويقية.	3م
القيم والاستقلالية والمسؤولية			
تقييم الواجبات (باستخدام نماذج التقييم- الروبرك)	<ul style="list-style-type: none"> العروض الواجبات التعلم القائم على الفريق التعلم القائم على المهام مناقشة على أساس حالة 	إظهار مهارات العمل الجماعي والقيادة الفعالة.	1ق
	<ul style="list-style-type: none"> العروض الواجبات التعلم القائم على الفريق التعلم القائم على الحالة مناقشة على أساس حالة 	ممارسة إدارة الوقت ومهارات الاتصال.	2ق
	<ul style="list-style-type: none"> العروض الواجبات التعلم القائم على المهام مناقشة على أساس حالة 	إظهار سمات التطوير الذاتي المستمر.	3ق

د. القبول والدعم الطلابي:

1. متطلبات القبول في البرنامج:

- يحدد القبول في البرامج الدراسية بصفة عامة من قبل مجلس الجامعة ويُشرف على السياسات الخاصة بعدد الطلاب الجدد الذين سيتم قبولهم في كل عام دراسي بناءً على اقتراح مجالس الكليات والجهات المعنية الأخرى بالجامعة. بعد ذلك تقوم عمادة القبول والتسجيل بجامعة الباحة بتنفيذ سياسات القبول للمؤسسة بناءً على شروط القبول التالية:
1. أن يكون المرشح حاصلاً على شهادة الثانوية العامة أو ما يعادلها من داخل المملكة العربية السعودية أو خارجها.
 2. يجب على المرشح اجتياز أي امتحان أو مقابلات شخصية بنجاح على النحو الذي يحدده مجلس الجامعة.
 3. يجب أن يكون المرشح لائقاً بدنياً وصحياً.
 4. يجب أن يحصل المرشح على موافقة صاحب العمل، إذا كان موظفاً في أي وكالة حكومية أو خاصة.
 5. يجب أن يستوفي المرشح أي شروط أخرى يراها مجلس الجامعة ضرورية وقت تقديم الطلب.
 6. ألا يكون المرشح قد فصل من أي جامعة أخرى.
 7. تشمل الاعتبارات الأخرى في القبول مستوى درجات المرشح في امتحانات ترك المدرسة الثانوية، والأداء في المقابلة الشخصية وامتحانات القبول (إذا لزم الأمر).

2. برامج التوجيه والتهيئة للطلاب الجدد

(يكتفى فقط بذكر ما يخص الاحتياجات النوعية المقدمة لطلاب البرنامج وتختلف عما يقدم على المستوى المؤسسي)

تقوم لجنة الإرشاد الأكاديمي بتوجيه الطلاب الجدد المسجلين في البرنامج. يتم تسجيل الطلاب الجدد في برنامج تعريفي في الأسبوع الأول من التحاقهم. يُطلب من الطلاب مقابلة المرشد الأكاديمي لتقديم المشورة الأكاديمية و / أو الإجتماعية.

3. خدمات الإرشاد (الأكاديمي، المهني، النفسي، الاجتماعي)

(يكتفى بذكر ما يخص الاحتياجات النوعية المقدمة لطلاب البرنامج وتختلف عما يقدم على المستوى المؤسسي)

تشمل خدمة الإرشاد الأكاديمي للطلاب على ما يلي:

1. تعيين عضو هيئة تدريس كمرشد أكاديمي لعدة طلاب في القسم.
2. يخصص عضو هيئة التدريس في القسم ساعات مكتبية محددة أسبوعياً لخدمة الطلاب كإرشاد أكاديمي ونحوه.
3. عقد لقاء نصف سنوي للطلاب الجدد من أجل إرشادهم أكاديمياً.
4. العمل على تنظيم مشاركات الطلاب في الأنشطة الطلابية كالألعاب الرياضية والمسابقات المختلفة وما إلى ذلك.
5. إقامة ندوات وورش عمل للطلاب للإرتقاء بمهاراتهم في مجالات مختلفة مثل: إدارة الوقت، التطوير الشخصي، المقابلات الوظيفية، كتابة السير الذاتية، العمل الجماعي.

4. الدعم الخاص

(المتعثرين دراسياً، الأشخاص ذوي الإعاقة، الموهوبون)

- تقدم الجامعة والبرنامج خدمات للطلاب ذوي الاحتياجات الخاصة بعدة طرق. تشمل هذه الخدمات ما يلي:
 1. توفر الجامعة مواقف سيارات لذوي الاحتياجات الخاصة في حرمها الرئيسي وفروعها. يتم تصميم مواقف السيارات من خلال مسارات مصممة لمنح الطلاب ذوي الاحتياجات الخاصة سهولة الوصول إلى مباني الجامعة، مثل القاعات والمختبرات والمكتبات ومكاتب أعضاء هيئة التدريس والمصاعد ودورات المياه.
 2. يتم تزويد الطلاب بالمعدات التعليمية المناسبة التي تلي احتياجاتهم التعليمية.
 3. يمكن للطلاب ذوي الاحتياجات الاجتماعية والاقتصادية الإنضمام إلى البرامج التعليمية والاجتماعية المصممة لمساعدة الطالب على التغلب على الصعوبات.
 4. يتم تقديم استشارات أكاديمية خاصة للطلاب الذين لديهم انخفاض في تحصيلهم الأكاديمي من خلال مساعدتهم في ساعات استشارية أكاديمية إضافية.

هـ. هيئة التدريس والموظفون:

1. الاحتياجات من هيئة التدريس والإداريين والفنيين.



العدد المطلوب			المتطلبات والمهارات الخاصة (إن وجدت)	التخصص		المرتبة العلمية
المجموع	إناث	ذكور		الدقيق	العام	
--	--	--	--	--	--	أستاذ
1	0	1	خبرة في التدريس والأبحاث العلمية	تسويق	تسويق	أستاذ مشارك
7	1	6	دكتوراه	تسويق	تسويق	أستاذ مساعد
--	--	--	ماجستير	تسويق	تسويق	محاضر
2	1	1		تسويق	تسويق	معيد
--	--	--	--	--	--	الفنيون ومساعدو المعامل
2	1	1	دورات تدريبية	--	--	الطاقم الإداري
--	--	--	--	--	--	أخرى (حدد)

و. مصادر التعلم والمرافق والتجهيزات:

1. مصادر التعلم

المصادر التي يحتاجها البرنامج (الكتب، المراجع، مصادر التعلم الإلكترونية، مواقع الإنترنت الخ).

- تشمل العمليات التي يتبعها أعضاء هيئة التدريس للتخطيط والحصول على الكتب الدراسية والمراجع الأخرى ما يلي:

1. تشكيل لجنة لدراسة الكتب والمراجع الأخرى لكل مقرر من المقررات التي يُدرسها البرنامج.
2. التأكد على مواءمة محتويات مصادر التعلم مع متطلبات المقرر.
3. مناقشة مدى ملاءمة بعض الكتب المدرسية والمراجع المعتمدة في اجتماعات القسم بناءً على ملاحظات مدرسي المقرر وتقديم التوصيات لدراستها في مجلس الكلية.

- تشمل عملية تقييم الكتب للمقررات ما يلي:

1. المراجعة الدورية من رئيس القسم مدى كفاءة ومواكبة المراجع العلمية التي تم إقرارها في القسم.
2. الأخذ بعين الاعتبار بالاقترحات والملاحظات الصادر من مدرسي المقررات الواردة في تقارير المقرر في نهاية كل فصل دراسي.

3. التواصل المستمر مع المكتبة المركزية بجامعة الباحة لتسهيل عملية الإستعارة.

- تشمل العمليات التي يتبعها الطلاب بشأن مدى كفاءة المراجع العلمية ما يلي:

1. توفير صندوق اقتراحات للطلاب في المكتبة.

2. إجراء استبيان للطلاب حول مدى كفاءة المراجع والمصادر العلمية للمقرر.
3. يقوم عضو هيئة التدريس بإخبار الطالب بالكتاب المطلوب للمقرر ومكان شراؤه أو إستعارته.

2. المرافق والتجهيزات

(المكتبات، المعامل، القاعات الدراسية..... الخ)

• توفر الكتب الجامعية وتشمل عملية اقتناء الكتب والموافقة عليها ما يلي:

1. التواصل مع عمادة شؤون المكتبات بجامعة الباحة.
 2. إعداد قائمة بالكتب الدراسية المقترحة من قبل مدرسين المقررات بعد الإطلاع على التحديثات أو الإصدارات الجديدة المتاحة وتقديم التوصيات إلى مجلس القسم للنظر فيها واتخاذ إجراءات الرسمية بشأنها.
 3. يُكلف مجلس القسم لجنة المناهج الأكاديمية بكلية إدارة الأعمال بالمراجعة والتوصيات. بعد ذلك يتخذ مجلس الكلية القرار الأخير، ومن ثم ويمرر القائمة المطلوبة من الكتب الدراسية إلى مكتبة الجامعة.
- توفر مركز صحي بالجامعة ويوجد فيه عيادات طبية متخصصة
 - توفر مصليات وكافتيريا
 - توفر معامل حاسب آلي
 - توفر قاعات دراسية
 - توفر مركز خدمة الطالب للتصوير وغيرها.

3. الإجراءات المتبعة لضمان توفير بيئة صحية وأمنة (طبقاً لطبيعة البرنامج).

- توفر الجامعة والكلية للطلاب بيئة صحية وأمنة من خلال تقليل المخاطر الصحية في الجامعة. يتم تحقيق ذلك من خلال عدة تدابير تشمل على سبيل المثال لا الحصر ما يلي:
 1. سياسة الإخلاء من الحريق المقدمة من وحدة الأمن والسلامة والتي تمارس التدريبات على الحرائق في معظم مواقع الجامعة. علاوة على ذلك ، تتوفر مجموعات الإسعافات الأولية في معظم مواقع الكلية. تشمل الإجراءات الأخرى خطط الطوارئ ، وعلامات خروج الطوارئ.
 2. توفر الكلية غرف مخصصة لإرشاد الطلاب بإجراءات السلامة.

ز. ضمان جودة البرنامج:

1. نظام ضمان الجودة في البرنامج.

ضع الرابط الإلكتروني لدليل نظام ضمان الجودة.

1. تُستمد نتائج التعلم لمقررات من مخرجات تعلم البرنامج التي يتم قياسها في نهاية الفصل الدراسي من خلال Excel لتقييم نتائج التعلم.



2. مراجعة نتائج استطلاعات التقييم التي عملها الطلاب على المقررات.
3. مراجعة نتائج تقييم أصحاب العمل لأداء الخريجين.
4. تقييم أعضاء هيئة التدريس من خلال تقييم ذاتي وتقييمات الأقسام وأعضاء هيئة التدريس لبعضهم البعض.
5. القيام بمراجعة خارجية للمقررات والبرنامج.
6. تشجيع أعضاء هيئة التدريس على تقديم الدورات التدريبية وورش العمل حول الجودة.
7. الحصول على ملاحظات أعضاء هيئة التدريس حول نقاط الضعف والقوة والتهديدات والفرص ومجالات التحسين.
8. المقارنة مع برنامج إدارة الأعمال (التسويق) في جامعة الملك سعود.
9. عقد اجتماعات المراجعة الداخلية وورش العمل لمناقشة تقييم أداء البرنامج.
10. التعاون الوثيق والعمل مع وحدة الجودة في الكلية لضمان الجودة.
11. الزيارات الصفية من قبل أعضاء هيئة التدريس ذوي الخبرة.

2. إجراءات مراقبة جودة مقررات البرنامج التي تُدرّس من خلال أقسام علمية أخرى.

- لضمان جودة المقررات التي تدرسها الأقسام الأخرى ، تم اتخاذ عدة خطوات وتشمل ما يلي:
 1. عقد اجتماعات منتظمة مع رؤساء الأقسام الأخرى.
 2. الحصول على ملاحظات الطلاب عبر الاستبيانات لتقييم جودة المقررات.
 3. عقد ورش عمل على مستوى الكلية لمناقشة القضايا المتعلقة بمواصفات المقررات والكتب وإستراتيجيات التدريس وطرق التقييم.

3. الإجراءات المتبعة للتأكد من تحقيق التكافؤ بين المقرر الرئيس للبرنامج (بشطريه: طلاب، طالبات) وبقية الفروع الأخرى (إن وجدت).

1. منسق المقرر يراقب مسألة التكافؤ بين المقرر الرئيسي للبرنامج وبين بقية الفروع الأخرى.
2. يتم استخدام ملف المقرر لضمان الاتساق.
3. يجري التحضير للامتحانات النهائية مع مراعاة آراء أعضاء هيئة التدريس من الذكور والإناث.
4. تتواصل وتتفاعل جميع الكليات مع منسق المقرر لمناقشة القضايا والمشاكل المتعلقة بالمقرر في بداية الفصل الدراسي، والعمل على التنسيق فيما بين شطر الطلاب والطالبات.



4. خطة البرنامج في قياس نواتج التعلم على مستوى البرنامج

يتم قياس مخرجات التعلم للبرنامج في نهاية الفصل الدراسي من خلال تقييم مخرجات التعلم ويتم أخذ مجالات التحسين في عين الاعتبار.

5. تقويم جودة البرنامج

مجالات التقويم	مصدر التقويم	طريقة التقويم	توقيت التقويم
البرنامج	- الطلاب - الخريجين - أعضاء هيئة التدريس الموظفين	- الاستبانات المقابلات	- نهاية السنة نهاية الفصل الدراسي
فاعلية التدريس والتقويم	- الطلاب أعضاء هيئة التدريس	- الاستبانات المقابلات	- نهاية السنة نهاية الفصل الدراسي
مصادر التعلم	- الطلاب أعضاء هيئة التدريس	- الاستبانات - المقابلات الزيارات	- نهاية السنة
الخدمات	- الطلاب أعضاء هيئة التدريس	- الاستبانات - المقابلات الزيارات	- نهاية السنة نهاية الفصل الدراسي
المقرر	- الطلاب الخريجين	الاستبانات	نهاية السنة

مجالات التقويم: (قيادة البرنامج، فاعلية التدريس والتقويم، مصادر التعلم، الخدمات، الشراكات ... الخ).
مصدر التقويم: (الطلاب، الخريجون، هيئة التدريس، قيادات البرنامج، الإداريين، الموظفين، المراجع المستقل ... الخ).
طريقة التقويم: (استطلاعات الرأي، المقابلات، الزيارات، ... الخ).
توقيت التقويم: (بداية الفصل الدراسي، نهاية العام الأكاديمي ... الخ).

6. مؤشرات قياس أداء البرنامج

الفترة الزمنية لتحقيق مؤشرات الأداء المستهدفة (....) عام.

م	المعيار	الرمز	مؤشر الأداء	المستوى المستهدف	طرق القياس	توقيت القياس
1	الرسالة و الهدف	KPI-P-01	نسبة المتحقق من مؤشرات أهداف الخطة التشغيلية للبرنامج	50%	فعلي	سنة
2	التعلم والتدريس	KPI-P-02	تقييم الطلاب لجودة تجربة التعلم في البرنامج	3.5	الاستبانة	سنة
3		KPI-P-03	تقييم الطلاب لجودة المقررات	4.18	الاستبانة	سنة
4		KPI-P-04	معدل الإكمال	70.81%	فعلي	سنة
5		KPI-P-05	معدل بقاء طلاب السنة الأولى	58%	فعلي	سنة
6		KPI-P-06	مستوى أداء الطلاب في الاختبارات المهنية أو الاختبارات المقررة من قبل الدولة	3%	فعلي	سنة
7		KPI-P-07	توظيف الخريجين والتحاقهم ببرامج الدراسات العليا	التوظيف = 20% الدراسات العليا = 5%	الاستبانة	سنة
8		KPI-P-08	معدل عدد الطلاب في الشعبة	25	فعلي	سنة
9		KPI-P-09	تقييم أصحاب العمل لكفاءة خريجي البرنامج	3.5	فعلي	سنة
10		KPI-P-10	مستوى رضا الطلاب عن الخدمات المقدمة	3.5	الاستبانة	سنة
11	أعضاء هيئة التدريس والموظفين	KPI-P-12	نسبة توزيع أعضاء هيئة التدريس: 1. ذكر 2. أنثى (أ) استاذ جامعة (ب) استاذ مشارك (ج) استاذ مساعد (د) محاضر (هـ) معيد	(أ) 10% (ب) 10% (ج) 45% (د) 20% (هـ) 15%	فعلي	سنة
12		KPI-P-13	نسبة أعضاء هيئة التدريس المغادرين للبرنامج	0.92%	فعلي	سنة
13		PI-P-14	نسبة الأبحاث العلمية لأعضاء هيئة التدريس	40%	فعلي	سنة
14		KPI-P-15	معدل الأبحاث المنشورة لكل عضو هيئة تدريس	20%	فعلي	سنة
15		KPI-P-16	معدل الاستشهادات في المجلات المحكمة لكل عضو هيئة تدريس	5%	فعلي	سنة





م	المعيار	الرمز	مؤشر الأداء	المستوى المستهدف	طرق القياس	توقيت القياس
16		KPI-P-17	نسبة أعضاء هيئة التدريس الحاصلين على درجة الدكتوراه	70%	فعلي	سنة
17	موارد الجامعة	KPI-P-17	رضاء المستفيدين عن مصادر التعلم	4	الاستبانة	سنة
18		KPI-I-15	رضا المستفيدين عن الخدمات التقنية	3.5	الاستبانة	سنة
19	البحث العلمي والابتكار	KPI-I-19	عدد براءات الاختراع والابتكارات وجوائز التميز	2%	فعلي	سنة
20	شراكة المجتمع	KPI-I-22	رضاء المستفيدين عن خدمات المجتمع	3.5	الاستبانة	سنة
21		KPI-I-23	معدل البرامج والمبادرات المجتمعية	4	الاستبانة	سنة

* بما في ذلك المؤشرات المطلوبة من المركز الوطني للتقويم والاعتماد الأكاديمي.

ح. اعتماد التوصيف:

قسم التسويق	جهة الاعتماد:
اجتماع رقم (1)	رقم الجلسة:
15-11-23	تاريخ الجلسة:

