



البرنامج الدولي
International Program

جامعة القدس المفتوحة

دليل البرنامج الدولي

(درجة الماجستير)

2024

التعليم الدولي في جامعة القدس المفتوحة

جامعة القدس المفتوحة هي رائد التعليم المفتوح في الوطن العربي، أسستها منظمة التحرير الفلسطينية عام 1985م على أيدي خبراء أكاديميين؛ لمساندة الشعب الفلسطيني ودعم صموده بتوفير فرص التعليم العالي لأفراده، ومواجهة التحديات التي فرضها الاحتلال الإسرائيلي والمتمثلة في عدد من الجوانب، أبرزها الظروف الاقتصادية الصعبة التي عانى منها الشعب الفلسطيني من جهة، وصعوبة التنقل بين المناطق الفلسطينية في ظروف كثيرة فرضها الاحتلال، وإغلاق الاحتلال للجامعات الفلسطينية بين حين وآخر، من جهة أخرى.

وقد سارت الجامعة بخطوات ثابتة تطويرية تصاعدية لتقديم برامج تعليمية في تخصصات متنوعة تساهم في تلبية احتياجات سوق العمل الفلسطيني، وتحقق طموحات وأهداف أفواج من أفراد المجتمع الفلسطيني بمختلف شرائحه؛ الشباب منهم إلى جانب كبار السن، والمتفرغين للدراسة منهم إلى جانب النساء المتزوجات والأمهات وأصحاب الالتزام بالأعمال والوظائف. وانتشرت الجامعة عبر فروعها في مختلف مدن ومحافظات فلسطين، لتصبح "جامعة في وطن ووطناً في جامعة".

وقد صبت الجامعة اهتمامها باستمرار على تطوير استراتيجياتها التعليمية والتعلمية مواكبة التطورات العالمية في مجال التعليم العالي، وبالخصوص التوظيف الأمثل والفعال لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات في العملية التعليمية والتعلمية لديها، فكانت الجامعة السباقة على الصعيد الفلسطيني والعربي في دمج أنماط التعلم المفتوح في سياساتها التعليمية بنجاح وفاعلية؛ فقد أسست بنية تحتية مميزة لهذا المجال، وأنشأت المراكز التربوية والتكنولوجية والفنية المتخصصة، وعملت على تطوير الطواقم الفنية والأكاديمية لديها، وأصبحت تمتلك كوادراً مميزة من الفنيين والأكاديميين والخبراء في مجال التعلم المفتوح، وبات التعليم المدمج هو النمط المعتمد لديها، الذي أثبتت الجامعة تفوقها به على الصعيد الإقليمي والعالمي، ولتصبح الجامعة رائدة في التعلم الإلكتروني كما كانت رائدة في التعليم المفتوح على مستوى الوطن العربي وما زالت.

استمراراً في تحقيق رسالة الجامعة وأهدافها التي تأسست وانطلقت من أجلها، وارتكازاً على المستوى المتميز التي وصلت له في تقديم برامجها التعليمية وخبراتها التطبيقية في توظيف الاستراتيجيات المختلفة لأنماط التعلم المفتوح الفعال، وانطلاقاً من مسؤولياتها الوطنية تجاه الشعب الفلسطيني ليس داخل فلسطين فحسب، بل خارجها أيضاً،

وضعت الجامعة في خطتها التطويرية والاستراتيجية توسيع نطاق خدماتها التعليمية بطرح برامجها الدراسية وتخصصاتها الأكاديمية ضمن إطار نظام التعليم الدولي (International Education System)؛ لتحقيق مبدأ ديمقراطية التعليم لأفراد الجاليات الفلسطينية في الشتات، بتوفير فرص إكمال الدراسة الجامعية لمن يحتاج منهم أو يرغب، وتذليل الصعوبات ومواجهة التحديات التي تحول دون ذلك، سواء كانت تحديات اقتصادية أو جغرافية أو اجتماعية أو محددات الوقت المرتبط بالتزامات العمل لديهم أو غيرها من التحديات والمعوقات، وتتوافق هذه المسؤولية الوطنية للجامعة مع مسؤولياتها القومية اتجاه الأشقاء في الجاليات العربية والإسلامية أينما وجدوا في مختلف أقطار العالم، لتتيح لمن يرغب منهم فرصة الدراسة والالتحاق ببرامج التعليم العالي، خاصة أن كثيراً منهم يواجه صعوبات كبيرة تعيق تحقيق ذلك في ظل الظروف الاقتصادية الصعبة التي يعاني منها بعض الشعوب العربية والإسلامية، أو الاضطرابات وعدم الاستقرار الذي يشوب بعضها الآخر.

وتقوم فكرة التعليم الدولي في جامعة القدس المفتوحة على تطبيق نظام التعلم الإلكتروني والتعليم المفتوح عبر الحدود، مكرسةً إمكانياتها وخبراتها الأكاديمية والتكنولوجية والفنية لتوفير أنظمة تعليمية وتعلمية فعالة تحقق أهدافها، ومرتكزة في ذلك على مجموعة متكاملة ومرنة من المقومات والاستراتيجيات والأنماط التعليمية والتعلمية أساسها التعلم الإلكتروني، وأبرزها:

- تصميم منصة لنظام التعليم الدولي في الجامعة؛ لتكون البوابة الأكاديمية الخاصة بطلبتها، تقدم لهم من خلالها جميع التسهيلات والإرشادات والخدمات الأكاديمية والإدارية.
- تطوير المقررات الدراسية للتخصصات المطروحة بنمط التعلم الإلكتروني المفتوح والذاتي؛ حيث تعد جامعة القدس المفتوحة الأولى في الوطن العربي التي طورت هذه النمط من التعلم وطبقته بنجاح متميز في عدد من مقرراتها الدراسية، والذي يتماشى مع مهارات القرن الواحد والعشرين ويعمل على تطويرها لدى الطلبة، ويمكن الطلبة من خلاله تحقيق مبدأ التعلم الإثقائي، فهذا النمط من التعلم يقوم على أسلوب الموديولات التعليمية (الوحدات التعليمية المصغرة) المدعمة بالفيديوهات التعليمية والأشكال والصور والإنفوجرافيكس، واستخدام أساليب متنوعة من التقويم الذاتي البنائي التتبعي والختامي.

– توظيف تقنية الصف الافتراضي لأكثر من غرض وبأساليب متنوعة، وللجامعة خبرة واسعة في توظيفها بفعالية: كعقد اللقاءات الافتراضية المباشرة (التزامنية) لمختلف المقررات الدراسية عبر هذه التقنية، التي تجعل اللقاء الافتراضي يحاكي المحاضرة التقليدية (وجهاً لوجه) إلى حد كبير، بل ويضاهيها من خلال الميزات والتسهيلات التي تقدمها هذه التقنية وطرق توظيفها خلال اللقاء، وتلك اللقاءات تكون مسجلة ليتمكن تسجيلها للطلبة لمشاهدتها بأي وقت يرغبون. كما يتم توظيف تقنية الصف الافتراضية من أجل عقد طلقات النقاش المباشرة (التزامنية) بين عضو هيئة التدريس والطلبة من أجل النقاشات حول المادة التعليمية وإثرائها، ولتحاكي هذه الطلقات النقاشية عبر تقنية الصف الافتراضية الساعات المكتيبة للمدرس لتمكّن الطالب في أوقات محددة التواصل المباشر مع مدرس المقرر.

– تصميم صفحات إلكترونية لجميع المقررات الدراسية المطروحة، بحيث يكون لكل مقرر دراسي صفحة إلكترونية يشرف على إدارتها مدرس المقرر، ولتمثل كل صفحة مرجعاً رئيساً للمقرر، وتضم الخدمات التعليمية والتعلمية الآتية:

- خطة المقرر: يتعرف الطالب من خلالها على وصف المقرر وأهدافه العامة ووحداته الدراسية ومتطلباته وأساليب تقييمه وغيرها من المعلومات والملاحظات الأساسية المتعلقة به.
- إدارة الملفات: هي مخزن للملفات، يستطيع مدرس المقرر رفع أي ملف يفيد الطلبة في تعلمهم للمقرر؛ كإرشادات وشروطات وتوضيحات وأسئلة وأمثلة وتدريبات، لتكون تلك الملفات متاحة لجميع الطلبة خلال الفصل الدراسي، وليستطيع كل طالب استعراضها أو تحميلها في أي وقت ومن أي مكان.
- اللقاءات الافتراضية: يستطيع الطالب من خلالها الاطلاع على جدول مواعيد اللقاءات الافتراضية وطلقات النقاش الإلكترونية للمقرر ومواضيعها، والدخول للمشاركة فيها في وقت انعقادها، وكذلك توفير تسجيلات اللقاءات الافتراضية التي عقدت سابقاً من خلالها، ليستطيع كل طالب مشاهدتها أو تحميلها على حاسوبه متى يشاء وأينما يكون.
- طلقات النقاش غير التزامنية: وهي منتديات علمية تعليمية إثرائية لمواضيع المقرر الدراسي؛ حيث يقوم مدرس المقرر من خلالها بإدراج مواضيع للمناقشة، أو طرح أسئلة حول المادة التعليمية، ومتابعة ردود الطلبة والتعليق عليها واستخدام أساليب التغذية الراجعة والتعزيز المناسبة لتلك الردود. كما يستطيع الطلبة المشاركة بها

سواءً للمشاهدة والقراءة أو المشاركة والرد والتعليق أو الاستفسار بأي وقت يرغب ومن أي مكان يكون، تحقيقاً لمبدأ التعليم التعاوني والتعليم التشاركي.

- استخدام أساليب متنوعة من أجل تقويم الطلبة، فبالنسبة للتقويم التتابعي البنائي للمقرر سيتم استخدام أسلوب الأنشطة والمشاريع والتي يقوم الطالب باستلام المطلوب فيها وتسليمها إلكترونياً بالتواصل مع مدرس المقرر، وبالنسبة للتقويم الختامي للمقرر سيتم عقد امتحانات نهائية وجاهية رسمية عبر مراكز امتحانات معتمدة تهيئها الجامعة بالتنسيق مع الجامعات المحلية في بلدان إقامة الطلبة، وباستخدام آليات وتقنيات لضبطها والإشراف عليها ومتابعتها وصولاً إلى تصحيحها من قبل عضو هيئة التدريس ورصد علامتها.
- اعتماد الدراسات والأبحاث العلمية واستطلاعات الرأي من أجل متابعة إجراءات تطبيق البرامج الدراسية والاستراتيجيات التعليمية وأنماط التعلم الإلكتروني بهدف تقويمها وتطويرها بمنهجية علمية وباستمرار.

سياسة القبول لدرجة الماجستير

على الطلبة الراغبين الالتحاق ببرنامج الدراسات العليا في البرنامج الدولي أن تتوفر لديهم الشروط الآتية:

1. أن يكون حاصلًا على درجة البكالوريوس بتقدير (جيد) على الأقل من جامعة القدس المفتوحة أو ما يعادلها من جامعة، أو كلية، أو معهد علمي معترف به في موضوع يؤهله لدراسة البرنامج المطلوب.
2. النجاح في المقابلة الشخصية، أو امتحان القبول إذا كان من متطلبات البرنامج لقبول الطلبة.
3. يجوز قبول حملة الدبلوم العالي الحاصلين على تقدير لا يقل عن جيد جداً في البرنامج المطلوب، وتسري عليهم التعليمات الخاصة باحتساب الساعات المعتمدة في البرنامج.
4. دراسة مقررات استدرابية لبعض تخصصات البكالوريوس.

آلية القبول لدرجة الماجستير

يتم قبول الطالب في أحد التخصصات التي يقدمها البرنامج الدولي - جامعة القدس المفتوحة وفق الإجراءات الآتية:

1. يعبئ الطالب طلب الالتحاق الخاص بالجامعة مبيناً فيه بوضوح التخصص الذي يرغب الالتحاق به إلكترونياً.
2. بعد قبول الطالب إلكترونياً يقوم بتزويد البرنامج الدولي -جامعة القدس المفتوحة بالوثائق الرسمية التي تطلبها الجامعة.
3. يخضع الطالب لمقابلة مع لجنة البرنامج لتحديد قبوله في البرنامج.
4. يصدر قرار قبول الطالب في التخصص من الجامعة متضمناً تخصصه، ويبلغ به الطالب.
5. يحتفظ قسم القبول والتسجيل في البرنامج الدولي بالملفات والسجلات والبطاقات وغير ذلك من الوثائق التي تتعلق بقبول الطالب وسيره في الدراسة.

آلية التسجيل لدرجة الماجستير

1. يعتبر الطالب مسجلاً للفصل الدراسي إذا سجل ما لا يقل عن ست ساعات معتمدة في ذلك الفصل.

2. الحد الأعلى لعدد الساعات المعتمدة التي يسمح للطالب بتسجيلها في الفصل الدراسي الواحد (12) ساعة معتمدة، و(6) ساعات معتمدة في الدورة الصيفية.

3. يجوز للطالب المتوقع تخرجه في فصل دراسي أن يسجل في ذلك الفصل ما لا يزيد على (12) ساعة معتمدة ولا يزيد على (9) ساعات معتمدة في الدورة الصيفية.

الوثائق الثبوتية المطلوبة لدرجة الماجستير

1. صورة مصدقة عن كشف علامات امتحان شهادة الدراسة الثانوية العامة الفلسطينية (أو شهادة معادلة).
2. صورة مصدقة عن الشهادة الجامعية الأولى، وأية شهادات أخرى إن وجدت.
3. صورة مصدقة عن كشوف علامات السنوات الدراسية في البكالوريوس والدبلوم العالي (إن وجد) (لأغراض الاحتساب).
4. صورة مصدقة عن شهادة الميلاد.
5. صورة عن وثيقة إثبات الشخصية (جواز سفر فلسطيني/جواز سفر غير فلسطيني).
6. رسالتا توصية من عضوي هيئة تدريس ممن درسوا الطالب في مرحلة البكالوريوس.
7. أربع صور شخصية حديثة قياس (4×6)

خطة درجة الماجستير

متطلبات الحصول على درجة الماجستير (36) ساعة معتمدة حسب الخطة، موزعة على النحو الآتي:

- 1 - (21) ساعة معتمدة اجباري.
- 2 - (9) ساعات معتمدة اختياري.
- 3 - (6) ساعات معتمدة رسالة.

مدة الدراسة لدرجة الماجستير

1. الحد الأدنى لمدة الدراسة لنيل درجة الماجستير أربعة فصول دراسية، والحد الأعلى ثمانية فصول دراسية ولا يدخل ضمن هذه المدة التأجيل والفصول الصيفية.

2. يجوز في حالات استثنائية مسوغة تمديد الحد الأعلى فصلين دراسيين بقرار من العميد، وبناءً على تنسيب من لجنة البرنامج.
3. تتكون السنة الدراسية من فصلين دراسيين مدة كل منهما (16) أسبوعاً، وفصلاً صيفياً لا تقل مدته عن (8) أسابيع.

التقديرات لدرجة الماجستير

أ. تخصص الرموز التالية لعلامات المساقات وحالاتها:

ملاحظات	القيمة العددية للرمز (من 4.00)	النتيجة	رمز العلامة	العلامة المئوية
	4.00	ناجح	A+	95 فأكثر
	3.75	ناجح	A	94-91
	3.50	ناجح	A-	90-88
	3.25	ناجح	B+	87-85
	3.00	ناجح	B	84-80
	2.75	ناجح	B-	79-77
	2.50	ناجح	C+	76-75
	2.25	ناجح	C	74-73
	2.00	ناجح	C-	72-70
للمساقات التي تحسب في المعدل	1.75	راسب	F	أقل من 70
للمساقات التي لا تحسب في المعدل		ناجح	P	60 فأعلى
للمساقات التي لا تحسب في المعدل		راسب	F	أقل من 60
لا يحتسب في المعدل		منسحب	W	
لا يحتسب في المعدل		غير مكتمل	I	

ب. تعتمد التقديرات التالية للمعدلات الفصلية والتراكمية:

مدى المعدل التراكمي	التقدير	
3.50-4.00	ممتاز	Excellent
3.00-3.49	جيد جداً	Very Good
2.75-2.99	جيد	Good

ج. تعد الكلية لوحة شرف لخريجي طلبة الدراسات العليا، على أن تضم جميع الطلبة الحاصلين على معدل تراكمي بتقدير ممتاز في كل برنامج من برامج الدراسات العليا.

السحب والإضافة والمتطلب السابق لدرجة الماجستير

1. يسمح للطلاب بالانسحاب من مسابقات سجل لها، وإضافة مسابقات جديدة خلال الأسبوعين الأولين من الفصل الدراسي، وخلال الأسبوع الأول من الدورة الصيفية حسب التقويم الأكاديمي في البرنامج الدولي - جامعة القدس المفتوحة دون أن تثبت المسابقات التي انسحب منها في سجله الأكاديمي.
2. يسمح للطلاب بالانسحاب من مساق أو أكثر خلال الأسابيع الاثني عشر الأولى من بداية الفصل الأول أو الثاني، وخلال الأسابيع الستة الأولى من بداية الدورة الصيفية، وذلك بموافقة رئيس لجنة التخصص، وإعلام مدرس المساق ومدير البرنامج الدولي - جامعة القدس المفتوحة، وتثبت في سجله ملاحظة منسحب.
3. لا يجوز نتيجة السحب والإضافة أن يقل عدد الساعات المسجلة للطلاب عن الحد الأدنى للعبء الدراسي الذي تسمح به التعليمات وهو 6 ساعات معتمدة.
4. يتم الانسحاب من المساق بتعبئة نموذج خاص من قبل الطالب.
5. يعد الطالب الذي تجاوز مجموع غيابه بعذر يقبله العميد (35%) من الساعات المقررة للمقرر منسحباً من ذلك الفصل، ويثبت في سجله الأكاديمي ملاحظة (منسحب)، وتعد دراسته لذلك الفصل مؤجلة، ولا تثبت المسابقات التي انسحب منها في سجله الأكاديمي.

تأجيل الدراسة أو الانقطاع عنها (الاستنكاف) لدرجة الماجستير

1. يشترط في الطالب الذي يتقدم بطلب تأجيل أن يكون قد أمضى فصلاً دراسياً واحداً على الأقل في البرنامج الذي التحق به وأن يكون قد اجتاز ما لا يقل عن 3 ساعات معتمدة بنجاح.
2. يقدم طلب التأجيل على النموذج الخاص الصادر عن البرنامج الدولي - جامعة القدس المفتوحة في مدة أقصاها نهاية الأسبوع الأول من الفصل الأول أو الفصل الثاني في العام الدراسي، ويعد الطالب مؤجلاً بقرار من العميد، وبناء على توصية من لجنة البرنامج.
3. لا يجوز أن تزيد مدة التأجيل والانسحاب والانقطاع بعذر عن فصلين دراسيين سواء أكانا متصلين أم منفصلين، ولا تحسب مدة تأجيل الدراسة من الحد الأعلى لسنوات التخرج.
4. إذا انتهت المدة القانونية، ولم يسجل الطالب لفصل دراسي أو أكثر، ولم يحصل على موافقة بتأجيل دراسته، فإن تسجيله يُلغى في الجامعة.
5. يحق للطالب الجديد المنسحب خلال الأسبوع الأول من بداية الفصل الدراسي استرجاع نصف الرسوم المدفوعة.
6. ترصد الرسوم كاملة للفصل الذي يليه للطالب الذي تقدم بطلب تأجيل الدراسة خلال الأسبوع الأول من الفصل الدراسي، وتمت الموافقة على تأجيل دراسته لذلك الفصل.

يعد الطالب منقطعاً أو فاقداً الحق في الدراسة (مستنكفاً) في الحالات الآتية:

1. إذا بدأ الفصل الدراسي ولم يكن الطالب مسجلاً لذلك الفصل أو مؤجلاً له.
2. إذا انسحب أو عدّ منسحباً من جميع المساقات التي سجل فيها في الفصل الأول من دراسته.
3. إذا الغي تسجيله لعدم استكمال إجراءات التسجيل.
4. إذا تجاوز انقطاعه أو تأجيله للدراسة فصلين متصلين أو منفصلين، إلا إذا كان انقطاعه بعذر قهري يقبله المجلس.

انتقال الطالب من برنامج إلى آخر لدرجة الماجستير

- يجوز انتقال الطالب من برنامج إلى آخر فى الجامعة إذا توافر مقعد شاغر فى البرنامج المراد الانتقال إليه، وبقرار من مدير البرنامج الدولى -جامعة القدس المفتوحة، وتنسب من لجنة البرنامج المنتقل إليه، شريطة أن يكون قد درس بنجاح ما لا يقل عن (6) ساعات معتمدة فى البرنامج المنتقل منه، وحصل على معدل تراكمى لا يقل عن 75%.
- يجوز انتقال الطالب من برنامج فى جامعة أخرى إلى برنامج مماثل فى الجامعة حال استيفائه شروط القبول، وتوافر مقعد شاغر له فى البرنامج الذى يرغب فى الانتقال إليه، وألا يقل تقديره عن جيد جداً أو ما يعادلها، وأن يكون قد درس بنجاح ما لا يقل عن ست ساعات معتمدة فى البرنامج المنتقل منه.
- تقدم طلبات الانتقال من برنامج إلى آخر إلى مدير البرنامج الدولى فى الجامعة على النموذج المقرر لهذا الغرض.
- عند انتقال الطالب من برنامج إلى آخر تحسب له:
 1. بعض المساقات التى درسها فى البرنامج السابق، بما لا تتجاوز (9) ساعات معتمدة من مجموع الساعات المعتمدة المطلوبة للتخرج فى البرنامج الجديد، على أن لا تقل علامته فى أى من هذه المساقات عن (75%) أو ما يعادلها ، وتدخّل علامات هذه المساقات فى معدله التراكمى إذا كان الانتقال من داخل الكلية ولا تدخّل إذا كان الانتقال من خارج الجامعة.
 2. لاحتساب المساقات التى درسها الطالب فى جامعة أخرى معترف بها يُشترط أن تكون مناظرة من حيث المستوى والمحتوى العلمى فى البرنامج الذى انتقل إليه على ألا تقل علامته فيها عن (75%) أو ما يعادلها.
 3. يُوافق على احتساب المساقات المعادلة بقرار من لجنة البرنامج بناء على توصية من لجنة البرنامج المنتقل إليه.
 4. مع مراعاة ما ورد أعلاه يحسم فصل دراسى واحد من الحد الأعلى للحصول على درجة الماجستير مقابل كل (9) ساعات معتمدة تم احتسابها.

الرسوم الجامعية لدرجة الماجستير

الرسوم بالدولار الأمريكي (\$)	البيان	الرقم
200	رسم طلب الالتحاق	
140	تخصص العلوم السياسية	
160	تخصص إدارة التسويق التطبيقي	
لا يوجد	رسوم فصلية	

نظام الإنذارات والتنبيهات

ينذر الطالب في الحالات التالية

- 1 - إذا لم يحصل الطالب على الحد الأدنى للمعدل التراكمي (C-او 2.00) في المواد التي درسها.
- 2 - إذا ارتأت اللجنة بناء على تقرير المشرف وتوصية من منسق البرنامج ان الطالب لم يلتزم في العمل على رسالته.
- 3 - يعد الطالب مفصولا في الحالات التالية
 - أ. إذا رسب في أي من المسابقات بما فيها المسابقات الاستدراكية ثلاث مرات باستثناء مسابقات اللغة الإنكليزية.
 - ب. إذا لم يحصل على الحد الأدنى للمعدل التراكمي للمسابقات في نهاية الفصلين التاليين للإنذار.
 - ت. إذا لم يحقق متطلبات التخرج ضمن الحد الأعلى للمدة المسموح بها وهي ثمانية فصول دراسية منذ انتظام الطالب بالدراسة.
 - ث. إذا ارتكب مخالفة مخرطة بالنظام، وإساءة لسمعة الجامعة وإخلاقيات الدراسة.

ماجستير

العلوم السياسية

أهداف البرنامج

يسعى برنامج " العلوم السياسية"، إلى تحقيق مجموعة من الأهداف الخاصة من خلال عمل وأبحاث ودراسات الخريجين، ومن أهمها:

1. إثراء التفكير الاستراتيجي في فلسطين خاصة والعالم العربي عامة.
2. استشراف معالم المستقبل، والمساهمة في تعميق الوعي بواقع التحديات القائمة.
3. إدراك خارطة التحولات العالمية ذات الأبعاد الاستراتيجية الكبرى، وانعكاساتها على المنطقة.
4. اكتساب الأدوات والمناهج المعرفية، والمساهمة في تطويرها؛ لرصد الواقع السياسي، وفهم تحولاته.
5. فهم وتفسير العلاقات الدولية، ثم تطبيق وتحليل الأحداث والإشكالات الدولية والعالمية.
6. التعرف إلى الأطر والقواعد المعرفية المرتبطة بمختلف القضايا السياسية العالمية في العلاقات الدولية وفق منحنى تصاعدي؛ أي من أبسط القضايا وأوضحها إلى أعقدها.
7. التمييز بين أبرز النظريات التي لها علاقة بالجانب السياسي في تحليل العلاقات الدولية الكلاسيكية منها والنقدية.
8. توظيف الأطر المفاهيمية والقواعد المعرفية في الإشكالات والقضايا السياسية.
9. بناء المعرفة الأساسية في العلوم السياسية، من حيث التعريف بالعلوم السياسية، ونظرياتها، ومناهجها، ومبادئ التحليل السياسي.
10. التأكيد على الثوابت الوطنية والحقوق المشروعة للشعب الفلسطيني، وذلك بصياغة عناصر ثقافية جديدة قادرة على حمل الهم الفلسطيني، وتحقيق أطلامه وطموحاته. رصد المتغيرات السياسية، والتعامل معها برؤية علمية، وتخريج كفاءات علمية متخصصة؛ لرفع مستوى التعليم في فلسطين

المخرجات التعليمية

وصف عام للمعارف والمهارات التي يتوقع من البرنامج تطويرها لدى الطالب:
المفاهيم المرتبطة بـ: مفاهيم العلوم السياسية، والتمثيل الدبلوماسي، والعلاقات الدولية، والتحديات التي تواجه القضية الفلسطينية والعالم العربي، والأيديولوجيات المعاصرة،

والمهارات الخاصة بالتخطيط والتنفيذ، والقانون الدولي، وأخلاقيات الحرب، والمعاهدات، وحقوق الإنسان، ... الخ، ومن أهم المهارات والكفايات التي يكتسبها الطالب في نهاية هذا البرنامج ما يلي:

أ) المعرفة والفهم: فيما يتعلق بالمفاهيم الخاصة بالمجال، منها ما يلي:

1. تكوين موقف خاص بالطالب حول مجريات العلاقات الدولية والسياسية، وقدرة الطالب على المقارنة بين القضايا المختلفة المتعلقة بهذا الموضوع والحكم عليها.
2. تمكن الطالب من الحكم على الموقف الحقيقي لواقع علاقات المجتمع الفلسطيني مع غيره من المجتمعات البشرية الأخرى.
3. مناقشة النظريات الرئيسية لتحليل العلاقات الدولية والسياسية المعاصرة.
4. استخدام نظرية العلاقات الدولية للتفكير في المشاكل المعاصرة في مجالات مثل الأمن الدولي، والحوكمة العالمية، والاقتصاد السياسي الدولي أو حقوق الإنسان.
5. إجراء البحوث والكتابة على مستوى عالٍ لإجراء دراسة ذاتية في العلوم السياسية.
6. تحليل المجالات الجديدة والحديثة في العلوم السياسية ذات الصلة.
7. التواصل مع النتائج التي توصل إليها الطالب في سياقات أكاديمية وعملية.
8. يعد برنامج العلوم السياسية من التخصصات المهمة في العلم والحصيلة المعرفية لما يتمتع به من تكوين واضح للمعارف العامة في موضوعات السياسة والعلاقات السياسية من مصادرها، ويتطلب ذلك القياس والاجتهاد والاطلاع على القوانين الدولية والاتفاقيات الإقليمية والعالمية، وينمي هذا التخصص في الطالب القدرة على التفكير العلمي الذاتي والقدرة على التخطيط والتنفيذ ومواجهة المواقف الصعبة، كما يكون لدى الطالب معرفة خصائص النظام السياسي الداخلي والخارجي في الدولة، وفن السياسة ومعرفة الأحكام المتعلقة بالعلاقات بين الدول في السلم والحرب.

ب) المهارات الذهنية (الإدراكية)، ومنها ما يلي:

1. يكون الطالب قادراً على المناقشة والحوار وطرح الأفكار واستخلاص الطول المناسبة للقضايا ذات العلاقة بتخصصه.
2. تتمثل المهارات الإدراكية للملتحق بالبرنامج بمواضيع التأمل والتحليل والنقد والتغيير والاستنتاج.
3. تنمية قدرة الطلبة على تحليل المفاهيم والنظريات واستخلاص النتائج.
4. تطوير قدراتهم على دمج بعض المفاهيم وربطها بالمواقف العملية، من خلال المقارنات والتحليل والبناء والربط.
5. تنمية مهارة التحليل، وإصدار الأحكام، وحل المشكلات، واتخاذ القرارات.

ت) المهارات العملية، ومنها ما يلي:

1. يشكل برنامج العلوم السياسية مهارات عملية تتمثل بكيفية التعامل مع مصادر العمل، واستنتاج الأحكام منها وربطها بالواقع، مع التدريب على ذلك، واكتساب مهارات الحوار والمناقشة والمناظرة والإلقاء والخطابة والتدريس التفاعلي والحواري.
2. الخبرة والتجربة والتمرس في مهنة العمل الدبلوماسي والسياسي.
3. صقل مواهب الطالب وصفاته التي يجب أن يتحلى بها، ويتمكن من الآداب اللازمة لمهنته.
4. تكوين ملكة فكرية تهيئة من فهم أصول المهنة وحسن التعامل معها وتطبيق الأحكام المتعلقة بذلك على الوقائع.
5. استخدام مهارات وطرائق البحث العلمي في معالجة المشكلات والتحديات التي تواجهه.
6. إعطاء حالات عملية متعلقة بكل فكرة من أفكار العلوم السياسية.
7. طرح بعض القضايا والأحكام الواقعية الصادرة عن المحاكم الدولية ومناقشتها في المحاضرات.

الخطة الدراسية

خطة البرنامج وعدد الساعات المعتمدة لكل مساق

على الطالب أن يتم بنجاح (36) ساعة معتمدة موزعة كما يلي:

الرقم	المتطلب	ساعة معتمدة
.1	مسابقات إجبارية	21
.2	مسابقات اختيارية	9
.3	الرسالة	6
المجموع		36

• المساقات الإلزامية: (21) ساعة معتمدة:

المتطلب السابق	عدد الساعات المعتمدة		عدد الساعات المعتمدة	اسم المساق	رقم المساق
	عملي	نظري			
	0	3	3	مناهج البحث العلمي في العلوم السياسية	6729
	0	3	3	الفكر والفلسفة السياسية	6728
	0	3	3	دراسات متقدمة في القضية الفلسطينية	6731
	0	3	3	نظم سياسية مقارنة	6732
	0	3	3	نظريات العلاقات الدولية	6733
	0	3	3	المنظمات الإقليمية والدولية	6734
6729	0	3	3	حلقة بحث في رسائل الماجستير	6743

• المسابقات الاختيارية: (9) ساعات معتمدة، يختارها الطالب من ضمن المسابقات

المتطلب السابق	عدد الساعات المعتمدة		عدد الساعات المعتمدة	اسم المساق	رقم المساق
	عمل ي	نظر ي			
	0	3	3	الجغرافيا السياسية (الجيوبولتكس)	6727
	0	3	3	التكتلات السياسية الإقليمية والدولية	6735
	0	3	3	التحولات الديمقراطية في العالم العربي	6736
	0	3	3	تحليل السياسات الاقتصادية والاجتماعية في فلسطين	6215
	0	3	3	الدبلوماسية والعلاقات الدولية	6730
	0	3	3	الفكر السياسي الغربي	6726
	0	3	3	العلاقات العامة والدولية	6224
	0	3	3	الأحزاب والحركات السياسية في فلسطين	6737
	0	3	3	النظام السياسي الفلسطيني	6738
	0	3	3	دراسات في الدبلوماسية وفن التفاوض وحل الصراعات	6739
	0	3	3	إدارة الحملات الانتخابية وتشكيل الرأي العام	6740

الآتية:

• الرسالة: (6) ساعات معتمدة:

المتطلب السابق	عدد الساعات المعتمدة		عدد الساعات المعتمدة	اسم المساق	رقم المساق
	نظري	عملي			
6743	0	3	3	رسالة (1)	6744
6744	0	3	3	رسالة (2)	6745

وصف المساقات والأهداف الخاصة بكل مساق

أولاً: المقررات الإلزامية

مناهج البحث العلمي في العلوم السياسية (6729) (3 ساعات معتمدة)

يركز هذا المقرر على القضايا المنهجية والنظرية الأساسية والتطبيقية في العلوم السياسية، كما يركز على الجمع بين التحليل الكيفي والكمي. ويركز كذلك على المنهجية العلمية لدراسة العلوم السياسية من تصميم البحث، ودراسة وقائع الأحداث، وطرق جمع المعلومات، وأخلاقيات البحث، وتصميم واختيار البحث، وطريق كتابة التقارير بالإضافة إلى تحليلها على أسس علمية منهجية دقيقة. ويهدف هذا المقرر إلى تدريب الطلبة على التحليل والسياسي للأحداث.

الفكر والفلسفة السياسية (6728) (3 ساعات معتمدة)

يهدف هذا المساق إلى التعريف بنشأة وتطور النظريات السياسية والفكر السياسي، بدءاً من الحقبة اليونانية والرومانية مروراً بالفترة الإسلامية وحتى وقتنا المعاصر. كما يتناول دراسة أهم موضوعات الفلسفة السياسية مثل الحرية، العدالة، الملكية، الحقوق، القانون، وتطبيق السلطات للقانون، والفصل بين السلطات.

دراسات متقدمة في القضية الفلسطينية (6731) (3 ساعات معتمدة)

الهدف من هذا المساق هو التعرف على تاريخ القضية الفلسطينية الحديث والمعاصر بدءاً من أواخر الحقبة العثمانية مروراً بالانتداب البريطاني وقيام السلطة الفلسطينية، كما يتناول الحركة الصهيونية ويوضح أسباب اختلافها عن غيرها من الحركات الاستعمارية، ويستعرض المشروع الصهيوني منذ نشأته وصولاً إلى قيام دولة إسرائيل ودلالات وتطورات الوجود الإسرائيلي في قلب العالم العربي والإسلامي والحروب التي نتجت عنه، كما يتناول مشكلة اللاجئين الفلسطينيين، ومستقبل القضية الفلسطينية في ظل قيام كيان فلسطيني في بعض أرض فلسطين التاريخية، والانتفاضات التحررية للشعب الفلسطيني تحت الاحتلال.

نظم سياسية مقارنة (6732) (3 ساعات معتمدة)

يهدف المساق إلى معالجة واكتشاف أوجه الشبه والاختلاف للظاهرة السياسية (أنماط الحكومات المختلفة في الوقت الحالي) واكتشاف المفاهيم الرئيسية المتعلقة بالدولة والقطاع السياسي، والمواضيع التي تتعلق بالمؤسسات الحكومية الثلاثة (التشريعية والتنفيذية والقضائية)، والمؤسسات السياسية الحكومية، كالأحزاب السياسية وجماعات الضغط والرأي العام. كما يستعرض النظريات المختلفة بتحليل ديناميكي للنظام السياسي، كما

يهدف إلى تعميق المفاهيم المعرفية الحديثة في دراسة النظم السياسية المقارنة، عن طريق النقد والبحث والتحليل والنقاش والاطلاع ومقارنة بعض النظم في العصر الحديث والمعاصر. ويستعرض الجانب التطبيقي الذي يستند على المقارنة بين الأنظمة السياسية المختلفة في بعض الدول العربية والأوروبية والولايات المتحدة وروسيا والصين.

(3 ساعات معتمدة)

نظريات العلاقات الدولية (6733)

يتناول المساق النظريات الأساسية لعلم العلاقات الدولية ويستعرض طبيعة التطورات في النظام السياسي الدولي ويناقش المدارس الفكرية الرئيسية في العلاقات الدولية، ويساعد في فهم السلوك السياسي الدولي ضمن المرجعيات المعروفة المتمثلة في نظريات القوة، وتوازن القوى، والتنظيم، وصنع القرار، والنظريات الاستراتيجية، والنظريات الاقتصادية والنفسية، والاتصال والمبادرة. ويهدف المساق إلى تمكين واستيعاب وتحليل ما يجري في الساحة الدولية من خلال التعرف على طبيعة المجتمع الدولي والعلاقات بين الدول.

(3 ساعات معتمدة)

المنظمات الإقليمية والدولية (6734)

يتناول هذا المساق المنظمات الدولية والإقليمية ويهتم بمبررات نشأتها ووظائفها وموقعها ودورها في حل الصراعات الإقليمية والدولية، حيث يركز على دراسة منظمات الأمم المتحدة والوكالات التابعة لها، ومنظمة اليونسكو، ومنظمة المؤتمر الإسلامي، وجامعة الدول العربية، وغيرها من المنظمات الإقليمية والدولية الفاعلة على الساحة الفلسطينية والإقليمية.

(3 ساعات معتمدة)

طلقات بحث في العلوم السياسية (6743)

الساعات المعتمدة: 3 (نظري: 3, عملي: 0)

متطلب سابق: 6729/0

يهدف المساق الى التعرف على مفهوم السياسة العامة، ومعرفة وتحليل القرارات التي تتخذها الدولة التي تكون غالباً على شكل "خطط أو قوانين أو برامج"، كما ويتناول المساق أهمية دور صانع السياسات العامة بدءاً من طرح السياسات وتحديد الاولويات مروراً بالصياغة واتخاذ القرار والتنفيذ، وانتهاءً بتقويمها. ويتناول المساق كذلك مدى ارتباط السياسات العامة في الدولة بالقوى والمصالح والشبكات المؤثرة على الصعيد المحلي والإقليمي والدولي، كما يتناول العلاقة بين العلوم السياسية والإدارة العامة من الناحيتين النظرية والعملية والارتباط التاريخي بينهما في العصر الحديث من خلال عرض أهم النظريات السياسية المتعلقة بإدارة الدولة ومفاهيمها المختلفة.

ثانياً: المقررات الاختيارية

(3 ساعات معتمدة)

الجغرافيا السياسية (الجيوبولتكس) (6727)

يسعى هذا المساق لدراسة علم الجيوسياسية (أو الجيوبوليكس)، وهو مصطلح تقليدي ينطبق في المقام الأول على تأثير الجغرافيا على السياسة، فهو علم دراسة تأثير الأرض (برها وبحرها ومرتفعاتها وجوفها وثرواتها وموقعها) على السياسة في مقابل مسعى السياسة للاستفادة من هذه المميزات وفق منظور مستقبلي، والربط بين الجغرافيا السياسية ومناهج البحث الجغرافي. ويهدف هذا المساق إلى زيادة المعرفة لدى الطالب حول كيفية تقييم القضايا الجيوسياسية، وزيادة القدرة التحليلية في فهم السياسة الخارجية.

(3 ساعات معتمدة)

التكتلات السياسية الإقليمية والدولية (6735)

يقدم المساق تعريفاً عن تقسيم التكتلات في العالم من حيث أشكالها: التكتلات العسكرية، والتكتلات الاقتصادية، والتكتلات السياسية، والتكتلات الدينية، والتكتلات اللغوية، والتكتلات الشاملة، والتعريف بأهداف وغايات التكتلات والتجمعات الكبرى. ويقدم المساق أيضاً فكرة عن أهم السبل لاستمرارية ونجاح هذا التكتل الإقليمي أو القاري أو الدولي.

(3 ساعات معتمدة)

التحولات الديمقراطية في العالم العربي (6736)

يتناول هذا المساق النظم القائمة في العالم العربي ويقارن بينها من حيث ممارسة الديمقراطية فيها وإلى أي مدى تمارس الديمقراطية من حيث الشكل والمضمون على السواء، ويتناول كذلك التحولات الديمقراطية في العالم العربي. كما يهدف إلى التأكيد على ضرورة توفر مقومات الحياة الديمقراطية مثل التنمية، والعدالة الاجتماعية، واتساع هامش الحريات العامة، وحقوق الإنسان، والمساواة.

(3 ساعات)

تحليل السياسات الاقتصادية والاجتماعية في فلسطين (6215)

معتمدة)

يناقش هذا المساق أهم السياسات التي تحدد المعالم الاقتصادية والاجتماعية في البيئة الفلسطينية من خلال التعرف على آلية صنع السياسات العامة في المجال الاقتصادي والاجتماعي، والفاعلين المؤثرين في عملية صنع هذه السياسات، وأهم المشكلات التي تقع على أولويات صنع السياسات العامة. كما يتناول المساق دور المنظمات الأهلية والقطاع الخاص والمواطن في صنع ورسم تلك السياسات وآليات التنفيذ والتقييم لتلك السياسات، كما يدخل المساق في حالات عملية لسياسات اقتصادية واجتماعية من واقع البيئة الفلسطينية.

(3 ساعات معتمدة)

الدبلوماسية والعلاقات الدولية (6730)

المساق عبارة عن دراسة عمل الدبلوماسية ودورها فى مجال دعم العلاقات الدولية ومعالجة الشؤون التى تهتم بها الدول، ومناقشة أهم الطول للتوفيق بين وجهات النظر المتباينة والمصالح المتعارضة وتسوية الخلافات وحل المشكلات فى العلاقات الدولية. ويعمل المساق على تعريف وتطبيق الدبلوماسية العامة فى القرن الحادي والعشرين، وعلاقة الدبلوماسية بمفاهيم العلاقات العامة والدعاية، كما يتناول مبادئ المفاوضات وأسس إدارة التفاوض والنظريات المختلفة المتعلقة بعملية التفاوض، واستراتيجية التفاوض وتكتيكاته ودراسة حالات خاصة.

(3 ساعات معتمدة)

الفكر السياسي الغربي (6726)

يهدف هذا المساق إلى التعريف بالفكر السياسي الغربي من حيث المفهوم والنشأة، وبيان تطوّر الفكر السياسى الغربى منذ نشأة الدولة القومية ومراحل الرأسمالية والاشتراكية، مع التطوّر الاقتصادي والاجتماعي والثقافي في الغرب. كما يهدف إلى الإلمام بالتيارات السياسية الغربية المعاصرة ومدى صلتها بالفكر السياسى الغربى المعاصر، وخصوصاً أفكار "ميكافلي" و"توماس هوبز" و"جون لوك" و"هيجل" و"كارل ماركس". وكذلك مناقشة التيارات السياسية الغربية المعاصرة وأهم المحاولات الفكرية لفهم طبيعة التغييرات التي تجري في النظام العالمي الجديد.

(3 ساعات معتمدة)

العلاقات العامة والدولية (6224)

يتناول هذا المساق تعريف المفاهيم الأساسية للعلاقات العامة وتطورها وأهميتها على أنها ممارسة وتطبيق وليس مجرد تنظير، أيضاً هى إحدى وسائل الترويج والتأثير على الرأي العام، وموقع العلاقات العامة فى مجال الإدارة، وبحوث العلاقات العامة، والتنظيم الإداري للعلاقات العامة، وأنواع العلاقات العامة، ثم دور الاتصال فى العلاقات العامة، ودور العلاقات العامة فى إدارة الأزمات وكذلك النهوض بالمؤسسة. كما يتطرق المساق لتناول العلاقات الدولية من حيث الاتصال والتواصل والتشبيك مع المؤسسات الدولية. ويتطرق أيضاً إلى دور موظفى العلاقات العامة بالاستعانة بالمستشار الخارجى، وإلى مجموعة من المواضيع ذات الطبيعة الخاصة بعمل العلاقات العامة، منها: برامج الإعلام الخارجى، والبرامج الإعلامية الهجومية، والبرامج الإعلامية الدفاعية، وبرامج التصدي للشائعات والدعاية الكاذبة، وبرامج استقبال الشكاوى والرد عليها، وبرامج الأزمات والمشكلات الطارئة.

الأحزاب والحركات السياسية في فلسطين (6737) (3 ساعات معتمدة)

يهدف هذا المساق إلى تقديم رؤية شمولية حول الأحزاب والحركات السياسية المعاصرة، حيث تعتبر الأحزاب والحركات السياسية جزءاً رئيسياً وأساسياً من نظام الحكم الذي جاء به مشروع القانون السياسي الفلسطيني لتحقيق مبدأ المساواة، والتداول السلمي للسلطة. ويركز المساق على دراسة أهم الأحزاب والحركات السياسية العاملة على الساحة الفلسطينية من حيث نشأتها وبرامجها ورؤيتها السياسية الفلسطينية. كما ويركز المساق على توضيح القانون الأساسي الفلسطيني وما تضمنته نصوصه من فقرات تؤكد على أن نظام الحكم في فلسطين نظام ديمقراطي نيابي يعتمد على التعددية السياسية والحزبية.

النظام السياسي الفلسطيني (6738) (3 ساعات معتمدة)

يقوم هذا المساق على دراسة النظام السياسي الفلسطيني من حيث النشأة وتطور الحياة الدستورية ودراسة مؤسساته، ويقارن هذا المساق ما بين النظام الفلسطيني وأنواع النظم السياسية الأخرى، مثل النظام البرلماني، والنظام الرئاسي، والنظام المختلط.

دراسات في الدبلوماسية وفن التفاوض وحل الصراعات (6739) (3 ساعات معتمدة)

يتناول المساق تطور الدبلوماسية وتنوعها وتغيرها خلال الحقبات التاريخية المختلفة، كما يتناول مفهوم النزاع وعلاقته بعدد من المفاهيم وأنواع النزاع والطرق السلمية والدبلوماسية في حل النزاعات. ويركز على دراسة ومعرفة ميكانزمات الدبلوماسية السلمية لحل النزاعات بين الدول، والتي تتمثل في المفاوضات والمساعي الحميدة والوساطة والتحقيق والتوثيق والتحكيم، ودورها في إعادة العلاقات بين الدول لطبيعتها. ويركز المساق على التعريف بأهم الابعاد الاستراتيجية والعوامل المؤثرة للسلوك الانساني وأنماط الشخصية التفاوضية.

إدارة الحملات الانتخابية وتشكيل الرأي العام (6740) (3 ساعات معتمدة)

يتحدث المساق عن مفهوم الحملات الانتخابية وخصائصها مثل الدعاية والاستقطاب ودعاية الانتشار ودعاية الاحتجاج ودعاية الاندماج، كما يتطرق إلى تفسير ومناقشة بعض نماذج الحملات الانتخابية وأشكالها مثل النموذج الدستوري المرتبط بالانتخابات الرئاسية والتشريعية والبلدية، والنموذج المغلق المرتبط بالانتخابات المهنية والنقابية والحزبية. ويتناول أساليب ووسائل الحملات الانتخابية. والعوامل التي تساعد الرأي العام وأهمية المقومات التي تساعد في تشكيل الرأي العام وخصائصه وأساليب تغييره، والوضع الدولي وأثره في تكوين الرأي العام.

ثالثاً: الرسالة

(3 ساعات معتمدة)

رسالة (1) (6744)

وهو الجزء الأول من أصل جزأين، يقوم الطالب بإعداد مقترح بحثي ويقوم بتقديمه أمام لجنة البرنامج للتعرف إلى ما تم كتابته، ويحصل على تغذية راجعة من اللجنة، ويلتقي الطالب مع مشرفه ببرنامج يحدد بينهما.

(3 ساعات معتمدة)

رسالة (2) (6745)

يهدف هذا المساق إلى إعداد الطالب رسالة الماجستير في أحد الموضوعات المرتبطة بالتخصص، تحت إشراف أحد الأساتذة المتخصصين، ويتم مناقشتها بعد الانتهاء من إعدادها بصورة علنية.

ماجستير

إدارة التسويق التطبيقي

اهداف البرنامج

1. تلبية الطلب المتزايد من قبل خريجين طلاب التسويق والإدارة والتخصصات الأخرى للحصول على درجة الماجستير في إدارة التسويق التطبيقي تماشياً مع متطلبات الثورة التكنولوجية في مجال التسويق الإلكتروني، وخاصة ما بعد حقبة كورونا.
2. منح شهادات أكاديمية عليا بمحتوى تطبيقي رصين.
3. خلق مسارات مهنية مرنة ومواكبة للتغيرات المتسارعة.
4. توفير وإيجاد مستقبل مهني واعد يحاكي متطلبات العصرنة.
5. توفير الموارد البشرية الكفؤة في مجال التسويق والتسويق التطبيقي والرقمي.
6. نقل وتوطين الخبرات التسويقية المتكاملة إلى السوق الفلسطينية والإقليمية والعالمية.
7. تعزيز فرص إمكانية العمل عن بعد، من خلال الشبكة العنكبوتية ونظم المعلومات التسويقية والتطبيقات المتقدمة الأخرى.
8. سرعة الحصول على المعلومات الخاصة بالمنافسين في الأسواق المحلية والإقليمية والعالمية.
9. إنشاء العلامات التجارية والحفاظ على استمراريتها وتكريسها في أذهان المستهلك العالمي.
10. إدارة شهرة العلامة التجارية الرقمية وتعزيز انتشارها.
11. التسويق من خلال القنوات الرقمية مثل وسائل الإعلام الاجتماعية وغيرها من القنوات الأخرى.
12. الدقة في تكوين المعلومات عن السوق الفلسطينية والأسواق المستهدفة الأخرى.
13. تحسين الخدمات التسويقية في السوق الفلسطينية والأسواق المستهدفة.
14. تعزيز القدرات في وضع الاستراتيجيات والخطط التسويقية ذات العلاقة بالمزيج التسويقي التطبيقي المتكامل.

الخطة الدراسية

خطة البرنامج وعدد الساعات المعتمدة لكل مساق

استراتيجيات التسويق التطبيقي

المساقات الإلجبارية (21 ساعة معتمدة + 6 ساعات رسالة)

#	رقم المساق	اسم المساق	ساعة معتمدة	نظري	عملي	المتطلب السابق
1	6204	مناهج البحث العلمى فى العلوم الإدارية	3	2	1	-
2	6747	إدارة التسويق المتقدم	3	3	-	-
3	6748	استراتيجيات التسويق التطبيقي	3	3	-	-
4	6749	التكنولوجيا والتسويق الرقمي	3	1	2	-
5	6245	حلقة البحث فى الماجستير	3	3	-	6204
6	6751	إدارة المبيعات: مدخل تطبيقي معاصر	3	2	1	-
7	6752	التسويق الافتراضى	3	1	2	6748
8	6769	رسالة (1)	3	-	3	-
9	6770	رسالة (2)	3	-	3	-
		المجموع	27	13	14	

المساقات الاختيارية (9 ساعات معتمدة) يختارها الطالب من بين المساقات الآتية:

#	رقم المساق	اسم المساق	ساعة معتمدة	نظري	عملي	المتطلب السابق
1	6753	التطبيقات التسويقية للأجهزة الذكية	3	1	2	-
2	6754	الإدارة الإلكترونية للعلاقة مع الزبائن	3	2	1	-
3	6755	تحليلات التسويق في العصر الرقمي	3	1	2	6749
4	6756	بحوث العمليات التسويقية	3	2	1	6204

6749	2	1	3	استراتيجيات العمل الحر عبر الانترنت	6757	5
-	-	3	3	التسويق الدولي المعاصر: مدخل متكامل	6758	6
-	-	3	3	إدارة سلوك المستهلك: مدخل متقدم	6759	7
-	-	3	3	إدارة السلوك التنظيمي	6209	8
-	-	3	3	تسويق الخدمات: مدخل نظري تطبيقي	6761	9
6749	1	2	3	سياسات التسعير الرقمية	6762	10
-	-	3	3	إدارة التفاوض التسويقي وحل نزاعات التسويق الإلكتروني	6763	11
6746	2	1	3	تطبيقات إحصائية محوسبة	6764	12
-		3	3	نظرية المنظمة: مدخل متقدم	6765	13
	2	1	3	تطبيقات متقدمة لتكنولوجيا الإنترنت في التسويق الرقمي	6750	14

وصف المساقات والأهداف الخاصة بكل مساق

المقررات الإلزامية:

6747 إدارة التسويق المتقدم Advanced Marketing Management

3 ساعة معتمدة (3 نظري+0 عملي) المتطلب السابق : لا يوجد

يهدف هذا المساق إلى توضيح المفاهيم والتطبيقات المختلفة المرتبطة بالتسويق كأحد وظائف المنشأة وذلك من خلال تعريف التسويق الحديث، مبادئه، أهميته، منهج دراسته، المزيج التسويقي، المزيج الترويجي، هيكل التنظيم التسويقي، سلوك المستهلك، العوامل المؤثرة في البيئة التسويقية، بحوث التسويق، تكاليف التسويق، دراسة مستفيضة للسلعة والسوق وسياسات التسعير والطلب أدوات التسويق الحديث، وغيرها الكثير من المضامين ذات العلاقة.

6748 استراتيجيات التسويق التطبيق Applied Marketing Strategies

3 ساعة معتمدة (3 نظري+0 عملي) المتطلب السابق : لا يوجد

يتطرق هذا المساق إلى توضيح أهمية وضع الاستراتيجيات التسويقية من قبل المؤسسات، ويتناول مفهوم التخطيط الاستراتيجي وبناء الاستراتيجيات التسويقية التطبيقية وفق أفضل الممارسات علمياً وعملياً وتحليل البيئة الخارجية والداخلية وتحديد نقاط القوة والضعف والفرص والتهديدات وتحليل السيناريو، والجدولة، كما يتناول إستراتيجية التوجه نحو السوق الكلي وإستراتيجية التمايز أو تجزئة السوق، كما سيتم عرض لسياسات التوزيع وسياسات الترويج، وسيتطرق أخيراً إلى التعريف بالأنظمة والهياكل المنفذة للإستراتيجية التسويقية ومعالجة ومراقبة تنفيذ الإستراتيجية.

6749 التكنولوجيا والتسويق الرقمي Technology and digital Marketing

3 ساعة معتمدة (1 نظري+2 عملي) المتطلب السابق : لا يوجد

يهدف هذا المساق إلى تزويد المتعلم بالمعارف والمهارات المتعلقة بأهم التطبيقات ل web 1.0, web 2.0 وصولاً إلى web 3.0, كما سيتناول المساق أهمية وتطبيقات إنترنت الأشياء (Internet of Things) و Blockchain واستخداماتها النظرية والعملية في مجال المعاملات الرقمية والمالية وتأثيراتها على التسويق عبر الإنترنت.

6750 تطبيقات متقدمة لتكنولوجيا الإنترنت في التسويق الرقمي Advanced Internet

3 ساعة معتمدة (1 نظري+2 عملي) المتطلب السابق : 6749 التكنولوجيا والتسويق الرقمي Technology and It's Applications in Digital Marketing

يتناول المساق أهم الأبعاد النظرية والتطبيقية لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات المتعلقة بمعرفة احتياجات الزبائن من خلال تتبع وتحليل طبيعتهم وسلوكهم في عالم التسويق الرقمي بهدف

اكتساب ولائهم للمنظمة، وسيعتمد المقرر على استخدام الأدوات العالمية الأكثر شهرة مثل Google analytics، Kiss Metrics، إضافة إلى تزويد المتعلم بالمهارات والمعارف اللازمة فيما يتعلق بالخصوصية، وأمن البيانات والمعلومات وطرق ووسائل الحماية المستخدمة في عالم الإنترنت والشبكات بأنواعها.

6751 ادارة المبيعات: مدخل تطبيقي معاصر
Sales management: A contemporary applied approach

3 ساعة معتمدة (2نظري+1عملي) المتطلب السابق : لا يوجد

يهدف هذا المساق إلى التعريف بأهم التطبيقات الحديثة المستخدمة في إدارة المبيعات وتنظيمها ووظائف مدير المبيعات والاتجاهات الحديثة في إدارة القوة البيعية من حيث الاختيار والتعيين والتحفيز والتخطيط والرقابة على النشاط البيعي ضمن أهداف المنشأة والتسويق. كما يهدف هذا المقرر إلى تعريف الطالب بمهام ووظائف الحاسب الآلي في العمل الإداري مع التركيز على الاستخدامات التكنولوجية و تطبيقات الحاسب في إدارة المبيعات، وزيادة إلمامه بكيفية توظيف موارد الحاسب وقواعد البيانات وشبكات المعلومات لتطوير وتنظيم والتخطيط للمبيعات، وتدريبه على الاستخدام الكفاء والفعال لتطبيقات الحاسب في وظائف ومهام المنظمة على المستوى البيعي، ويتناول المقرر دور الحاسب في تحسين وظائف العمل الإداري، وأهم التطبيقات الحديثة للحاسب في مجال التسويق، وكيفية تصميم وإدارة وتشغيل نظم المعلومات، والاستفادة من تطبيقات الحاسب في مجالات مثل إدارة المبيعات المتوقعة والتنبؤ بها، توظيف العاملين في الجهاز البيعي واختيارهم، إدارة الوقت والمناطق البيعية وتقييم أداء النشاط البيعي.

6752 التسويق الافتراضي
Virtual Marketing

3 ساعة معتمدة (1نظري+2عملي) المتطلب السابق : 6748 استراتيجيات التسويق

التطبيقي

يركز المساق على الطرق التي يمكن من خلالها تطبيق استراتيجيات التسويق التقليدية في العالم الرقمي. والتطبيق العملي لحملات الإعلانات التجارية الرقمية، مثل حملات البريد الإلكتروني وتقنيات Web 2.0 و Web 3.0 ، بالإضافة إلى التكامل ما بين التسويق الرقمي وغير الرقمي، والاستخدام الأمثل لمحركات البحث (Search Engines Optimization (SEO) وأدوات تحسين عرض المحتوى بالتسويق وذلك من خلال إبراز المحتوى التسويقي الرقمي باعتباره حجر الأساس.

6746 مناهج البحث العلمي في العلوم الاجتماعية Research Methodologies in Social

Sciences

المتطلب السابق : لا يوجد

3 ساعة معتمدة (2نظري+1عملي)

يهدف المساق إلى إكساب الطلبة مهارة إعداد وتصميم البحوث العلمية الوصفية والتحليلية والتجريبية في المجال التسويقي, حيث يصف المساق مفهوم البحث العلمي وفلسفته ومناهجه المختلفة وطرق وأساليب تنميتها في مجال العلوم الاجتماعية بما يمكّن الطلبة من حل المشكلات التي تواجه المنظمات العامة بالأسلوب الكمي والنوعي. كما يتناول المساق وبأسلوب نظري وتطبيقي معمق العناصر المختلفة للبحث العلمي بدءاً من صياغة مشكلة البحث، وتحديد أساليب المعاينة وأدوات جمع البيانات وتحليلها وتصميم البحث وإعداد الخطة البحثية وكتابة تقرير البحث وتقويمه. كما يبرز المساق القضايا والمشكلات المعاصرة في البحث العلمي في مجال العلوم الإدارية والاجتماعية وكيفية التعامل معها, كما يتطرق إلى أدوات التحليل الإحصائي لبيانات البحث العلمي والأساليب المحوسبة الخاصة بتحليل البيانات.

(2) Dissertation (1) & (2)

6770+6769 رسالة (1) رسالة

المتطلب السابق : 6746 مناهج البحث العلمي

3 ساعة معتمدة (0نظري+3عملي)

المتطلب السابق : 6769 رسالة (1)

3 ساعة معتمدة (0نظري+3عملي)

يهدف هذا المساق إلى تمكين الطالب من توظيف مناهج البحث العلمي في تناول المشكلات البحثية المستجدة في حقل التسويق, حيث يقوم الطالب بإعداد مقترح بحثي لتقديمه للجنة البرنامج للمصادقة عليه, ويحصل على تغذية راجعة من اللجنة ويقوم الطالب تحت إشراف احد الأساتذة المتخصصين بإجراء رسالة ماجستير لمشكلة معينة ومعمقة في مجال التسويق , ويتم مناقشتها بصورة علنية بعد الانتهاء من إعدادها. كما يهدف هذا المساق إلى إكساب الطلبة المهارات الخاصة لإجراء البحث العلمي وصياغة المشكلة البحثية واستخدام المنهجيات البحثية مع الالتزام بمبادئ الأمانة العلمية وأخلاقيات البحث العلمي, حيث يتم العمل في هذا المساق على قراءة وتحليل ومناقشة عدد من الأبحاث المنشورة في أوعية نشر محكمة وبشكل جماعي حول مواضيع متقدمة ومختارة في البرنامج العام يحددها أستاذ المساق على أن يقوم كل طالب بإعداد دراسة متقدمة لموضوع مختار في البرنامج العام من ضمن مواضيع المساقات التي يطرحها البرنامج وذلك بناء على توجهات الطلبة المختلفة بهدف التعمق في دراستها وتحليلها, حيث يطلب من الطالب كتابة بحث متعمق وعرض نتائجه. ويشمل المساق مناقشة مبادئ الأمانة العلمية وأخلاقيات البحث العلمي.

المقررات الاختيارية

Marketing Application for Smart Devises

6753 التطبيقات التسويقية للأجهزة الذكية:

المتطلب السابق : لا يوجد

3 ساعة معتمدة (1نظري+2عملي)

يتضمن هذا المساق دراسة أنواع وتصنيفات تطبيقات الهواتف الذكية وكيفية رفعها على المتاجر الخاصة بتطبيقات الهواتف الذكية، وكذلك دراسة طرق وآليات تسويق تطبيقات الهواتف الذكية وكيفية تحديد الجمهور المستهدف والمنافسين، وأيضاً وضع استراتيجيات التسويق من خلال وسائل الإعلام الاجتماعية. إضافة إلى ذلك يدرس الطالب استراتيجيات الكسب من تطبيقات الهواتف الذكية والأدوات المستخدمة في ذلك. كما يقدم المساق نظرة أشمل على العوامل التي تؤثر على تصنيف التطبيقات في المتاجر وطرق تحسين ظهور وترتيب التطبيق عليها. ويعرّف المساق الطالب على كيفية اختيار وتصميم نموذج العمل المناسب لتطبيقات الهواتف الذكية وأهمية دعم التطبيق لعدة لغات، كما يوضح طرق اختيار نموذج التسعيرة الأفضل للتطبيق. علاوة على ذلك يتناول المساق نماذج وحالات واقعية وقصص نجاح في قاعة المحاضرة بالإضافة إلى تمارين عملية. كما سيتضمن المساق تعزيز جانب مخاطبة الزبون وإقناعه وكذلك كتابة الإعلانات و وصف المنتجات و ملف الإنجاز Portfolio باللغة الإنجليزية.

6754 الإدارة الإلكترونية للعلاقة مع الزبائن: Electronic Customer Relationship Management

3 ساعة معتمدة (2نظري+1عملي) المتطلب السابق : لا يوجد

إدارة علاقات العملاء (ECRM) هي واحدة من أهم الأدوات التي تسهم في نمو منظمات الأعمال، جاء هذا المساق ليعكس الدور الذي تقدمه التقنيات الحديثة في فهم أكبر للزبائن إلكترونياً ECRM واحتياجاتهم وبالتالي المساعدة في بناء الميزة التنافسية للمنظمة، فالمساق يقدم تطبيقات عملية لإدارة علاقات العملاء في مختلف القطاعات، مع التركيز على دراسة حالة الحكومات الإلكترونية ودورها في إدارة العلاقة مع الزبائن، إضافة إلى طرق الدفع الإلكترونية الحديثة ودراسة الدليل الإرشادي حول الاستخدام الآمن لشبكات التواصل الاجتماعي وحماية حسابات المستخدمين وأيضاً طرق الحماية من الوقوع ضحية للاختراق أو الابتزاز الإلكتروني، وهذا ما يعرف بحماية أمن بيانات ومعلومات العملاء.

6755 تحليلات التسويق في العصر الرقمي: Digital Marketing analytics in digital era

3 ساعة معتمدة (1نظري+2عملي) المتطلب السابق : 6749 التكنولوجيا والتسويق

الرقمي

تشير التحليلات الرقمية إلى "الأدوات أو الأنظمة الأساسية التي تحلل البيانات التي تم جمعها من النشاط التسويقي عبر الإنترنت". يقدم هذا المساق علم تحليلات الويب مع التركيز بشدة على الاستخدام الأمثل للأرقام الموجودة في الفضاء الرقمي (Big Data) ، والهدف هو توفير الأساس اللازم لتطبيق تحليلات البيانات على تحديات العالم الحقيقي التي يواجهها المسوقون يومياً.

Operations Research in (Marketing)

المتطلب السابق: 6746 مناهج البحث العلمي في العلوم

6756 بحوث العمليات التسويقية

3 ساعة معتمدة (2نظري+1عملي)

الاجتماعية

يهدف هذا المقرر إلى تعريف الطالب بالمبادئ الأساسية لبحوث العمليات في البيئة التسويقية وكيفية استخدام الأساليب الكمية في عملية التحليل واتخاذ القرار وذلك من خلال دراسة: نشأة بحوث العمليات وخصائصها المميزة لها وعلاقتها بالعلوم الأخرى، منهج بحوث العمليات في حل المشاكل واتخاذ القرارات، بحوث العمليات وعلاقتها بالبيئة الفلسطينية وبيئة المجتمعات النامية المتقدمة، البرمجة الخطية والمشاكل المتفرعة عنها مثل مشاكل التعظيم والتقليل، والحل البياني، والسيمبلكس، والثنائية، ومشاكل التوزيع وتشمل حلول مشاكل النقل، مشاكل التخصيص، نظرية القرارات الكمية وتشمل مفهوم القرارات ومناهج اتخاذها والعوامل المؤثرة فيها ومشاكل اتخاذها في المجتمعات النامية ثم القرارات في ظل عدم التأكد، والقرارات في ظل المخاطرة، والقرارات في ظل المنافسة، كما يدرس مصفوفة وشجرة القرارات، شبكات الأعمال وتشمل دراسة المسار الحرج (CPM و بيرت (PERT)، وتحليل الأزمنة وتحليل التكاليف. ويشتمل المساق على حالات عملية تطبيقية (Applied Case Studies) في المواضيع المختلفة باستخدام برمجيات إدارة المشاريع.

6757 إستراتيجيات العمل الحر عبر الإنترنت: freelancing strategies through Internet

3 ساعة معتمدة (1نظري+2عملي) المتطلب السابق : 6749 التكنولوجيا و التسويق الرقمي

يتناول المساق الاستراتيجيات المستخدمة في تحقيق النمو للدخل، من خلال التعرف على كيفية تحديد الأسواق المستهدفة وخصائص المشتري، وقنوات التواصل لتحسين مسار الشراء. كما وسيتم من خلال هذا المساق استخدام الأدوات لتجميع بيانات السوق والعملاء لصياغة خصائص وصفات الزبائن وبناء مزيج من قنوات التواصل ذي الصلة للاستفادة من سيكولوجية المشتري لتطوير مسار الشراء، كما وسيتناول المقرر العمل الحر عبر الإنترنت (Freelancing) كأحد أهم فرص العمل للتخفيف من وطأة البطالة، وتحقيق نمو في الدخل.

6758 التسويق الدولي المعاصر: مدخل متكامل Contemporary International Marketing:An

integrated Approach

المتطلب السابق : لا يوجد

3 ساعة معتمدة (3نظري+0عملي)

يتضمن هذا المقرر مجموعة من الموضوعات المتعلقة بالتسويق الدولي. حيث سيتم التعرف على واقع التسويق الدولي في المنشآت الصناعية والخدمية والمساهمة في وضع الأسس العلمية والعملية للتسويق الدولي. كذلك سيتم التعرف من خلال هذا المقرر على المواضيع المتعلقة بتسويق المنتجات والخدمات الدولية، لذا فهو يقدم نظرة شاملة عن البيئة الاقتصادية والسياسية والثقافية التي يمكن أن تؤثر في الشركات عند تسويق سلعها وخدماتها دولياً، كما أن المقرر يغطي

جملة من المواضيع ،أهمها: تحديد حجم السوق الدولي المستهدف، تحديد أفضل الطرق للدخول إلى الأسواق الأجنبية بالإضافة إلى كيفية اختيار أفضل الاستراتيجيات التسويقية الدولية وإنشاء خطة تسويقية دولية شاملة، وكل هذا يعود إلى دراسة دور التكنولوجيا وإتاحتها للمؤسسات التسويقية الصغيرة في الوصول إلى العالمية.

6759 إدارة سلوك المستهلك :مدخل متقدم Consumer Behavior Management:

Advanced Approach

3 ساعة معتمدة (3نظري+0عملي) المتطلب السابق : لا يوجد

يتناول هذا المقرر مفاهيم ومبادئ أساسية لتعريف بسلوك المستهلك الالكتروني ومعرفة العوامل الداخلية والخارجية المؤثرة في سلوك المستهلك، ويتناول مفهوم تجزئة السوق الالكتروني وأهميته في مساعدة المنتج والسوق، كما ويتناول تعريف الإدراك وعناصره. ويتطرق إلى العوامل السكانية وأثرها على ثقافة سلوك المستهلك، كما يتناول دراسة أثر العوامل النفسية على سلوك المستهلك. ويدرس أنواع الاتصالات في مجال التسويق وسلوك المستهلك واستهداف المستهلكين في بلدان عديدة، ويتناول المقرر دراسة أثر الجماعات المرجعية في سلوك المستهلك وعرض للطبقات الاجتماعية وأنواعها وغيرها من المضامين المتقدمة.

6760 السلوك التنظيمي في العمل Organizational Behavior at work

3 ساعة معتمدة (3نظري+0عملي) المتطلب السابق : لا يوجد

يهدف هذا المقرر بشكل رئيسي إلى تعريف الطالب بمفاهيم ونظريات السلوك التنظيمي، بحيث يتضمن مفهوم تصميم المنظمات، والتركيز على الجوانب النظرية والتطبيقية في السلوك التنظيمي وزيادة إلمامه بأهم العوامل المؤثرة في سلوكيات الأفراد داخل المنظمات، و تعزيز قدراته ومهاراته على التنبؤ بهذه السلوكيات بما يمكنه من التعامل معها و توجيهها لتحسين مستوى الأداء الفردي والتحكم بها وتوظيفها بما يخدم الأهداف العامة للمنظمات، كما يتناول المقرر مفاهيم السلوك التنظيمي، أهمية دراسة السلوك التنظيمي، التطور النظري لدراسة السلوك التنظيمي، العوامل المؤثرة على السلوك التنظيمي، أنماط الشخصية والاتجاهات والقيم، الإدراك، التعلم، الدافعية والحوافز، السلوك الجماعي وجماعات العمل، القيادة والاتصال وتحسين جودة القرارات الإدارية، ضغوط العمل الصراع التنظيمي والتفاوض، ثقافة وأخلاقيات المنظمة والإبداع التنظيمي، الاتجاهات الحديثة في مجال إدارة السلوك التنظيمي.

6761 تسويق الخدمات: مدخل نظري تطبيقي: Services Marketing: theoretical and applied Approach

3 ساعة معتمدة (3 نظري+0 عملي) المتطلب السابق : لا يوجد

يطرح هذا المقرر مجموعة من القضايا المعاصرة في مجال تسويق الخدمات، حيث يسرد مقدمة وافية عن صناعة وتسويق الخدمات بأنواعها المختلفة كالخدمات السياحية والفندقية والخدمات المالية وتطور أنظمة الصيرفة الالكترونية أو ما يعرف بـ INTERNET BANKING وغيرها، وأيضاً أنظمة ونماذج الخدمات ومناقشة أساليب قياس مفهوم جودة الخدمات وتسعيها وترويجها وتوزيعها وماهية التسويق الدولي للخدمات.

Digital Pricing Polices

6762 سياسات التسعير الرقمية

3 ساعة معتمدة (2نظري+1عملي) المتطلب السابق : 6749 التكنولوجيا و التسويق الرقمي

يتضمن هذا المقرر مجموعة من الموضوعات المتعلقة بالتسعير والتسعير الرقمي كأحد عناصر المزيج التسويقي، كما ويعمل على توضيح دور هذا العنصر الهام في إنجاح العملية التسويقية. سيتم في المقرر مناقشة تعريف السعر ومسمياته والأخطاء التي تقع في عملية التسعير ويتناول العوامل المؤثرة في قرارات التسعير وإجراءاته وأساليبه التقليدية والرقمية والإستراتيجيات الخاصة به . كما ويعالج هذا المقرر طرق عملية التسعير في هياكل السوق المختلفة والتسعير في ظل الدورة الاقتصادية وعبر دورة حياة المنتج كما ويتم توضيح تطبيقات التسعير في المنتجات الصناعية والاستهلاكية، كما سيتم التطرق إلى التسعير على المستوى الدولي ويتم معالجة موضوع بحوث التسعير وخطواتها.

6763 إدارة التفاوض التسويقي وحل نزاعات التسويق الإلكتروني: Marketing

Negotiation & E-Marketing Conflict Management

3 ساعة معتمدة (3نظري+0عملي) المتطلب السابق : لا يوجد

يستكشف هذا المساق طبيعة النزاعات الشائعة في منظمات الأعمال الإلكترونية والتسويق عن بعد، ويفحص التقنيات المتنوعة في التعامل مع النزاعات مع التأكيد على الاستراتيجيات والنهج المختلفة المستخدمة في المفاوضات التنافسية والتعاونية. وستتناول هذه المادة أنماط إدارة النزاعات والمفاوضين الفاعلين وغير الفاعلين، والتخطيط للمفاوضات، واستخدام الوسائل المضادة للمساومة وإدارة عملية التفاوض داخل المجموعات وبينها وتجنب أخطاء التفاوض واستخدام القوة والتأثير والتعامل مع مفاوضات الأطراف الثالثة وفهم اختلافات النوع والتفاوض عبر الثقافات المختلفة والحوار البديلة للنزاعات (الوساطة والتحكيم)، الأمر الذي يعزز إمكانيات المنظمة التسويقية ودراسة الأزمات التسويقية ودور التكنولوجيا في علاج تلك الأزمات.

3 ساعة معتمدة (1نظري+2 عملي) المتطلب السابق : 6746 مناهج البحث العلمي في العلوم الاجتماعية

يهدف هذا المساق إلى تمكين الطالب من استخدام علم الإحصاء والتطبيقات العملية الخاصة به في تشخيص الظواهر الاجتماعية وكشف العلاقات المتداخلة بين الظواهر محل البحث، حيث يطرح المساق المفاهيم الأساسية المرتبطة بعلم الإحصاء وعلاقته بالعلوم الاجتماعية والإنسانية الأخرى ووظائفه ومجالات تطبيقه، كما يتطرق المساق للحديث عن طرق استخدام البيانات المتاحة في وصف الظاهرة أو الظواهر محل الدراسة، وكيفية تطبيق الطرق الإحصائية المختلفة في مجال التخصص باستخدام البرمجيات الإحصائية مثل SPSS-20 و Smart-pls-3 وغيرها من خلال إجراء التحليلات الإحصائية على الحاسب الآلي.

مدخل متقدم Organizational Theory: Advanced Approach**6765 نظرية المنظمة****3 ساعة معتمدة (3نظري+0 عملي) المتطلب السابق : لا يوجد**

يتضمن المساق المفاهيم الأساسية لنظرية المنظمة، وأهدافها، والنماذج التقليدية والحديثة في نظرية المنظمة، وتحليل مكونات ومداخل تصميمها، والمبادئ التي تقوم عليها، وقياس الأداء التنظيمي، وتحديد مفهوم بيئة المنظمة ومكوناتها وأنواعها، وأسباب انحدار المنظمات وتطورها وتقنيات البقاء، وثقافة الجودة، وبناء وتصميم الهياكل التنظيمية، والتحديات الأساسية للتصميم التنظيمي، وزيادة فعالية المنظمة من خلال نظم المعلومات الإدارية، وعلاقة المنظمة مع بيئتها، والعلاقات الدولية، والصراع التنظيمي، والتجديد، والتغيير والتطوير التنظيمي في القرن الواحد والعشرين.



البرنامج الدولي International Program

البرنامج الدولي

البريد الإلكتروني: ilp@qou.edu

هاتف رقم: 00970 2958957

واتس آب : 009705933606330