

دليل برنامج ماجستير التسويق الرقمي

١٤٤٤ هـ

فهرس المحتويات

رقم الصفحة	الموضوع
١	الفهرس
٣	مقدمة
٣	كلمة رئيس القسم
٤	كلية إدارة الاعمال.....
٤	• الرؤية.....
	• الرسالة.....
	• الاهداف.....
٧	نشأة القسم
٧	• رؤية القسم.....
٧	• رسالة القسم.....
٧	• أهداف القسم.....
٩	برنامج ماجستير التسويق الرقمي
٩	رسالة البرنامج
٩	أهداف البرنامج
١٠	خصائص خريجي البرنامج
١١	الفرص الوظيفية لخريجي البرنامج.....
١٢	الخطة الدراسية
١٢	أهداف الخطة الدراسية
١٢	مكونات الخطة الدراسية
١٣	مقررات البرنامج
١٤	توصيف مقررات البرنامج.....
١٤	نواتج تعلم البرنامج
١٤	الرسالة العلمية ومتطلباتها:.....
١٧	القبول والدعم الطلابي
١٨	هيئة التدريس والموظفون:
١٩	مصادر التعلم والمرافق والتجهيزات
١٩	ضمان جودة البرنامج
٢٢	اللجان
٢٢	لجنة البرامج والخطط الأكاديمية
٢٣	لجنة ضمان الجودة والاعتماد الأكاديمي
٢٣	اللجنة العلمية
٢٥	لجنة الدراسات العليا.....
٢٦	لجنة الشؤون الأكاديمية والارشاد الطلابي

مقدمة

يقدم قسم التسويق برنامج البكالوريوس في التسويق وبرنامج الماجستير في التسويق الرقمي. يهدف القسم إلى تقديم وتطوير برامج أكاديمية بما يتوافق مع التطورات العلمية الحديثة ومتطلبات سوق العمل. حيث يضع القسم المقررات الدراسية المتخصصة القادرة على تأهيل الطلاب بأفضل المعارف والمهارات في مجال التسويق، والتي تساهم في تقديم كواد وطنية مؤهلة للالتحاق بسوق العمل.

كلمة رئيس القسم

للتسويق أهمية كبيرة في المنظمات بكافة أنواعها الكبيرة والصغيرة، سواء أكانت منظمة تجارية أو صناعية أو خدمية، وسواء كانت مملوكة للقطاع العام أو القطاع الخاص. فلا يوجد أي منظمة لا تحتاج للتسويق والذي يُعد أهم نشاط في أي منظمة، فهو النشاط الأساسي لأي منظمة. ويوجد إهتمام كبير من المملكة العربية السعودية بالتسويق والذي يدل على إعلان توطین وظيفة التسويق، والذي يتحتم عليه الاهتمام بشكل أكثر بأعداد الكواد التسويقية المؤهلة لسوق العمل، وقد تم انشاء برنامج التسويق لتلبية احتياجات سوق العمل من الكواد المؤهلة في مجال التسويق والذي أصبح عليه دور أكبر بعد إعلان توطین وظيفة التسويق في المملكة. حيث يهتم البرنامج بعكس متطلبات سوق العمل في الخطة الدراسية التي يقوم بإعدادها وتدريبها أعضاء هيئة تدريس مؤهلين ومختارين بعناية فائقة، والتي يحرص البرنامج من خلالها على تقديم المقررات الدراسية التي يستطيع الطلاب من خلالها فهم واستيعاب المفاهيم والاستراتيجيات التسويقية الحديثة، كما يحرص البرنامج من خلال الخطة الدراسية على تنمية المهارات التسويقية لدى الطلاب التي تمكنهم من العمل في مجال التسويق في ظل المتغيرات البيئية الحديثة والمتغيرة باستمرار، بالإضافة الى تنمية المهارات البحثية للطلاب التي تؤهله لإعداد البحوث والدراسات التسويقية التي تخدم المجتمع. كما تحرص الخطة المقدمة على غرس القيم التسويقية والمسئولية الاجتماعية لدى الطالب. ويراعي البرنامج تقديم كافة خطته والأعمال المساندة لتقديم الخطة في ظل معايير الجودة العالية سواء على المستوي المحلي أو العالمي، والذي يتضح من سعي البرنامج على الحصول على الاعتماد البرامجي الوطني، وسعى الكلية على الحصول على الاعتماد الدولي، واللذان سيعززان دور البرنامج في أن يضاهي أفضل برامج التسويق عالمياً في تقديم كواد مؤهلة لسوق العمل تتواكب مع أحدث الأساليب والطرق التسويقية العالمية، والتي تساهم بكل طاقتها في خدمة مجتمعها وتحقيق رؤية المملكة ٢٠٣٠ وتنبؤاً مكانة عالمية تستحقها المملكة.

رئيس قسم التسويق

د. حسن عبد الله البقمي

كلية إدارة الأعمال

تم إنشاء الكلية بموجب قرار مجلس التعليم العالي رقم (١٤٣٢/٦٦/٢٤) بتاريخ ١٤٣٢/١٠/٢٠ هـ وبموافقة خادم الحرمين الشريفين رئيس مجلس الوزراء ورئيس مجلس التعليم العالي الملك عبد الله بن عبد العزيز آل سعود - رحمه الله - على قرارات مجلس التعليم العالي في جلسته السادسة والستون (٦٦) بتاريخ ١٤٣٢/١١/١٨ هـ بإنشاء كلية إدارة الأعمال بجامعة تبوك متضمنة خمسة أقسام علمية وهي: قسم المحاسبة وقسم التسويق وقسم الإدارة وقسم التمويل والاستثمار وقسم نظم المعلومات الإدارية لتسهم في تحقيق رؤية ورسالة وأهداف الجامعة من خلال تزويد سوق العمل بمخرجات تساهم في عملية البناء والتطوير بالمملكة العربية السعودية.

وقد تمت الموافقة على تقديم برنامج الماجستير التنفيذي في إدارة الأعمال والذي بدأ القبول به اعتباراً من العام الدراسي ١٤٣٩/١٤٤٠ هـ. تلي ذلك تقديم العديد من برامج الدراسات العليا والتي تتمثل في: ماجستير إدارة الموارد البشرية، ماجستير التسويق الرقمي، الماجستير التنفيذي في المحاسبة القضائية والتي تم طرحها اعتباراً من الفصل الدراسي الأول للعام الجامعي ١٤٤٣ هـ. وقد حصل برنامج التمويل والاستثمار على الاعتماد الأكاديمي الوطني الكامل عام ١٤٤٤ هـ وتكثف الكلية جهودها في الفترة الحالية لإكمال متطلبات الحصول على الاعتماد الأكاديمي الوطني والدولي لكافة برامجها.

الرؤية:

" كلية رائدة في إعداد كوادر متميزة تعليمياً وبحثياً للإسهام في خدمة المجتمع "

الرسالة:

تقديم برامج تعليمية جامعية متميزة لتخريج كوادر بشرية مؤهلة بالمعرفة والقدرات والمهارات وإجراء البحوث العلمية الإبداعية لتقديم خدمة للمجتمع وللمشاريع التنموية بمنطقة تبوك

الأهداف:

١. تقديم وتطوير برامج أكاديمية تحقق ميزة تنافسية للخريجين وتتوافق مع متطلبات الاعتماد الأكاديمي.
٢. توفير بيئة مساندة تشجع القيام بالبحوث والدراسات العلمية بما تسهم في تنمية المجتمع.
٣. تطوير قنوات اتصال فاعلة تدعم العلاقة التبادلية مع سوق العمل والمجتمع المحلي.

قسم التسويق

نشأة القسم:

ترجع نشأة القسم إلى العام الجامعي ١٤٣٢/١٤٣١هـ الموافق ٢٠١٠/٢٠١١م، تحت مظلة الكلية الجامعية، ومع بداية العام الجامعي ١٤٣٢/١٤٣٣هـ صدرت موافقة خادم الحرمين الشريفين الملك عبد الله بن عبد العزيز آل سعود على قرارات مجلس التعليم العالي في جلسته السادسة والستين (٦٦) بتاريخ ١٨/١١/١٤٣٢هـ بإنشاء كلية إدارة الأعمال بجامعة تبوك من خمسة أقسام علمية منها قسم التسويق وانطلاقاً من حرص الكلية على تقديم برامج أكاديمية نوعية متميزة وإعداد البحوث والدراسات التسويقية ذات الجودة العالية بما يسهم في خدمة المجتمع، تم تقديم برنامج البكالوريوس في تخصص التسويق (انتظام- انتساب)، حيث يهدف هذا البرنامج إلى توفير الكوادر البشرية المؤهلة في مجال التسويق وفق أحدث التطورات العلمية العملية، وذلك لتلبية متطلبات سوق العمل المحلي والإقليمي.

رؤية قسم التسويق:

قسم رائد في إعداد كوادر متميزة تعليمياً وبحثياً في مجال التسويق للإسهام في خدمة المجتمع.

رسالة قسم التسويق:

تقديم برامج أكاديمية متميزة لإعداد كوادر مؤهلة لتلبية متطلبات سوق العمل والمساهمة المتميزة في البحث العلمي بما يساهم في تحقيق أهداف التنمية المجتمعية، من خلال بيئة تعليمية وبحثية داعمة ومتطورة.

أهداف قسم التسويق:

١. تخريج كوادر في التخصصات التسويقية مؤهلة لمتطلبات سوق العمل.
٢. تقديم وتطوير برامج أكاديمية بما يتوافق مع التطورات العلمية الحديثة.
٣. تفعيل إستراتيجيات التدريس وفق التقنيات العلمية الحديثة بما يحقق التميز لدى خريجي القسم داخل سوق العمل.
٤. تهيئة المناخ للقيام بالبحوث والدراسات التسويقية في ضوء متطلبات البيئة التسويقية المعاصرة، والتي تساهم في حل المشكلات التسويقية في المجتمع.
٥. عكس متطلبات سوق العمل على الخطط الدراسية للبرامج الأكاديمية والتطوير المستمر عليها بما يتوافق مع احتياجات سوق العمل.
٦. تطوير قنوات اتصال فاعلة تدعم الخدمة المجتمعية مع مؤسسات الأعمال داخل سوق العمل.

الهيكل التنظيمي قسم التسويق:



برنامج ماجستير التسويق الرقمي

التعريف بالبرنامج:

تسعى جامعة تبوك وكلية إدارة الأعمال إلى أن تكون منظومة فعالة في تحقيق رؤية المملكة ٢٠٣٠ وتجسيدا لذلك تم انشاء برنامج ماجستير التسويق الرقمي وفق أسس ومعايير عالية الجودة من خلال دراسة الاحتياجات العلمية الحقيقية لمواكبة التطورات في قطاع الاعمال تلبي متطلبات سوق العمل الرقمية وتحقيق أهداف الرؤية. يهدف البرنامج الي تأهيل كوادر متخصصة في مجال التسويق الرقمي لتلبية متطلبات سوق العمل الرقمي وإجراء البحوث والمشاريع البحثية المتميزة في مجال التسويق الرقمي بما يساهم في خدمة المجتمع استنادا على بيئة أكاديمية وبحثية داعمة ومحفزة من خلال تقديم أفضل الطرق والأساليب الحديثة لتنمية وتطوير المعارف والمهارات والقيم في مجال التسويق الرقمي باستخدام أحدث أدوات وتقنيات التسويق الرقمي وتعزيز قدرات التفكير التحليلي والإبداعي.

رسالة برنامج ماجستير التسويق الرقمي:

إعداد كوادر مؤهلة بمعارف وقيم ومهارات التسويق الرقمي تتواكب مع متطلبات سوق العمل الرقمي وإجراء المشاريع البحثية والبحوث التسويقية الرقمية المتميزة بما تساهم في خدمة المجتمع استنادا على بيئة أكاديمية وبحثية داعمة ومحفزة.

أهداف برنامج ماجستير التسويق الرقمي:

١. تأهيل كوادر متخصصة ف ي مجال التسويق الرقمي لتلبية متطلبات سوق العمل الرقمي
٢. إجراء البحوث والمشاريع البحثية المتميزة في مجال التسويق الرقمي
٣. تهيئة بيئة أكاديمية وبحثية محفزة وداعمة
٤. المساهمة الفعالة في الخدمة المجتمعية

خصائص خريجي برنامج ماجستير التسويق الرقمي:

١. القدرة على التحليل الاستراتيجي واتخاذ القرارات:
 - فهم عميق لاتجاهات السوق والتغيرات الرقمية.
 - استخدام تحليل البيانات الضخمة (Big Data) لتحسين الأداء التسويقي.
٢. الإبداع والابتكار في التسويق الرقمي:
 - القدرة على تصميم استراتيجيات جديدة تواكب التطورات التكنولوجية.
 - تطوير حملات تسويقية تعتمد على الذكاء الاصطناعي وتحليل السلوك الرقمي.
٣. الريادة في البحث الأكاديمي والتطبيقي:
 - إجراء دراسات متقدمة حول سلوك المستهلك الرقمي.
 - تطوير نماذج تحليلية تساعد الشركات على اتخاذ قرارات تسويقية ذكية.
٤. التواصل الفعال وعرض النتائج:
 - تقديم توصيات علمية واستراتيجية لصناع القرار في المؤسسات.
 - القدرة على التفاوض وإقناع العملاء بحلول تسويقية مبتكرة.
٥. إتقان الأدوات الرقمية المتقدمة:
 - احتراف تقنيات التسويق عبر الذكاء الاصطناعي (AI Marketing) وأتمتة التسويق.
 - استخدام أدوات تحليل الأداء مثل Google Analytics ، Facebook Pixel ، وغيرها.
٦. التكامل بين البحث الأكاديمي والتطبيق العملي:
 - العمل على مشاريع تسويقية حقيقية مع شركات كبرى.
 - الربط بين النظريات التسويقية والتطبيقات الفعلية في السوق المحلي والعالمي.
٧. القيادة وإدارة الفرق التسويقية:
 - القدرة على توجيه فرق التسويق الرقمي وصياغة الخطط الاستراتيجية.
 - الإشراف على الحملات التسويقية الكبيرة وتحليل أداؤها.
٨. التكيف مع تغيرات السوق المحلي والدولي:
 - تطوير استراتيجيات تناسب التحولات الرقمية والمستهلك الرقمي الجديد.
 - فهم التشريعات والسياسات الرقمية، مثل قوانين حماية البيانات والتجارة الإلكترونية.

الفرص الوظيفية لخريجي برنامج ماجستير التسويق الرقمي:

١. مدير تسويق رقمي (Digital Marketing Manager) (122103):
 - مسؤول عن تطوير وتنفيذ استراتيجيات التسويق الرقمي لتحقيق أهداف الشركة.
 - يشرف على الحملات الإعلانية عبر الإنترنت، وتحليل البيانات، وتحسين تجربة العملاء الرقمية.
٢. أخصائي تسويق عبر وسائل التواصل الاجتماعي (Social Media Marketing Specialist) (243110)
 - يركز على تنفيذ حملات التسويق الرقمي عبر مختلف القنوات (وسائل التواصل الاجتماعي، البريد الإلكتروني، تحسين محركات البحث).
 - يتابع أداء الحملات ويجري تحسينات بناءً على التحليلات.
٣. أخصائي تحسين محركات البحث (243110)
 - يعمل على تحسين ترتيب مواقع الويب في محركات البحث لزيادة الظهور وزيادة عدد الزوار.
 - يستخدم تقنيات مثل الكلمات المفتاحية، وتحسين المحتوى، وبناء الروابط الخلفية.
٤. مدير محتوى رقمي (Digital Content Manager) (122103)
٥. محلل بيانات تسويقية (Marketing Data Analyst) (243108)
٦. مدير حملات إعلانات الدفع بالنقرة (PPC Campaign Manager) (122103)
٧. مستشار تسويق رقمي (Digital Marketing Consultant) (242106)
٨. مطور تسويق إلكتروني (E-commerce Marketing Manager) (251301)
٩. مسؤول علاقات العملاء الرقمي (Digital Customer Relationship Manager) (243202)
١٠. مدير تطوير الأعمال عبر الإنترنت (Online Business Development Manager) (251301)
١١. اخصائي أبحاث تسويق رقمي (Digital Marketing Research Specialist) (243108)
 - يركز على اجراء البحوث في مجال التسويق الرقمي
١٢. التدريس في المعاهد والجامعات بعد استكمال الدراسات العليا في التخصص (235906)
 - التركيز على التدريس في الجامعات

الخطة الدراسية لبرنامج ماجستير التسويق الرقمي

١. أهداف الخطة الدراسية لبرنامج ماجستير التسويق الرقمي ومخرجاتها:

تهدف الخطة الدراسية إلى تحقيق ما يلي:

١. تعريف الطالب بالمفاهيم والنظريات واجراءات وتقنيات التسويق الرقمي وعلاقتها بالمجالات ذات الارتباط.
٢. تعريف الطالب بالتطورات الحديثة في أساليب وإستراتيجيات التسويق الرقمي المدعمة لإتخاذ القرارات التسويقية الرقمية
٣. تدريب الطالب على تكنولوجيا المعلومات، وأساليب جمع وتحليل البيانات الرقمية من خلال أدوات وتقنيات التسويق الرقمي والأساليب الإحصائية المتقدمة لمعالجة وتحليل البيانات ودعم المشاريع البحثية في التسويق الرقمي
٤. تنمية مهارات وقدرات الطالب على كيفية التواصل بفاعلية لنقل معارف ومهارات ونتائج المشاريع البحثية في التسويق الرقمي.
٥. تنمية مهارات الطالب في الالتزام بالنزاهة وأخلاقيات التسويق والعمل عبر الانترنت. في ضوء تحمله للمسؤولية الاجتماعية تجاه المجتمع
٦. تنمية مهارات الطالب التعاون بفاعلية ضمن فرق العمل في ضوء تحمله لمسئولية اتخاذ قرارات تسويقية رقمية.

٢. مكونات الخطة الدراسية:

النسبة المئوية	الساعات المعتمدة	عدد المقررات	إجباري / اختياري	مكونات الخطة الدراسية
٨١,٢٥ %	٣٩	١٣	إجباري	المقررات الدراسية
١٢,٥ %	٦	٢	اختياري	
٦,٢٥ %	١	١	إجباري	مشروع التخرج (إن وجد)
--	--	--	--	الرسالة العلمية (إن وجدت)
--	--	--	--	التدريب الميداني (إن وجد)
--	--	--	--	أخرى (.....)
١٠٠ %	٤٨	١٦	الإجمالي	

*يتم إضافة جدول منفصل لكل مسار (إن وجد)

٣. مقررات البرنامج:

الساعات المعتمدة	المتطلبات السابقة	إجباري أو اختياري	اسم المقرر	رمز المقرر	المستوى
٣	لا يوجد	إجباري	أساسيات التسويق الرقمي	MKT711	المستوى 1
٣	لا يوجد	إجباري	نظم المعلومات التسويقية	MKT712	
٣	لا يوجد	إجباري	الاقتصاد الرقمي	ECON713	
٣	لا يوجد	إجباري	إدارة المشاريع الدولية	MGT714	
٣	MKT711	إجباري	استراتيجيات التسويق الرقمي	MKT721	المستوى 2
٣	MKT711	إجباري	الاتصالات التسويقية الرقمية	MKT722	
٣	MKT711	إجباري	سلوك المستهلك الرقمي	MKT723	
٣	MKT711	إجباري	إدارة العلامة التجارية الرقمية	MKT724	
٣	MKT721	إجباري	تحليلات التسويق الرقمي	MKT731	المستوى 3
٣	MKT722	إجباري	التسويق الإلكتروني وإدارة وسائل التواصل الاجتماعي	MKT732	
٣	لا يوجد	إجباري	طرق البحث العلمي	MKT733	
٣	MKT711	إجباري	ريادة الأعمال في القطاع الرقمي	MGT736	
٣	MKT711	إجباري	تسويق الخدمات الإلكترونية الدولية	MKT743	المستوى 4
٣	MKT733	إجباري	مشروع البحث	MKT745	
٣	MKTxxx	اختياري	مقرر اختياري	MKTxxx	
٣	MKTxxx	اختياري	مقرر اختياري	MKTxxx	
٣	MKT711	اختياري	البيع بالتجزئة عبر الإنترنت	MKT725	مقررات إختيارية
٣	MKT711	اختياري	التسويق الإلكتروني بين وحدات الأعمال	MKT726	
٣	MKT721	اختياري	إدارة التسويق متعدد القنوات	MKT727	
٣	MKT721	اختياري	إنشاء المحتوى الرقمي	MKT734	
٣	MKT722	اختياري	الاعلان الرقمي	MKT735	
٣	MGT736	اختياري	القيادة من أجل التغيير والابتكار	MGT737	
٣	ECON713	اختياري	إقتصاديات الأعمال	ECON738	
٣	MGT736	اختياري	إدارة الابتكار والتحول الرقمي	MGT741	
٣	MGT714	اختياري	إدارة التحليل الاستراتيجي	MGT742	
٣	MKT721	اختياري	التسويق عبر محركات البحث	MKT744	

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

** يضاف جدول لمقررات كل مسار (إن وجد).

٤. توصيف مقررات البرنامج:

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

https://drive.google.com/drive/folders/1m9q8XG4fNe62uec-qnhL5m9HsDG189Em?usp=drive_link

٥. نواتج تعلم البرنامج

١. يشرح بدقة مفاهيم ونظريات واجراءات وتقنيات التسويق الرقمي وعلاقته بالمجالات ذات الارتباط.
٢. يقارن التطورات الحديثة في أساليب وإستراتيجيات التسويق الرقمي المدعمة لاتخاذ القرارات التسويقية الرقمية.
٣. يميز بين أساليب وطرق البحث العلمي لاستخدامها في إجراء المشاريع البحثية في التسويق الرقمي.
٤. يطبق المفاهيم والنظريات والاجراءات والتقنيات الرقمية في صياغة وتطوير إستراتيجيات التسويق الرقمي.
٥. يحل مشكلات التسويق الرقمي المعقدة من خلال إجراء مشاريع بحثية احترافية تخدم المجتمع.
٦. يقيم السوق والمستهلك الرقمي تقييم نقدي لتقديم حلول إبداعية لمشاكل التسويق الرقمي المعقدة.
٧. يستخدم أدوات وتقنيات التسويق الرقمي والأساليب الإحصائية المتقدمة لمعالجة وتحليل البيانات ودعم المشاريع البحثية في التسويق الرقمي.
٨. يتواصل كتابياً وشفهياً بفاعلية لنقل معارف ومهارات ونتائج المشاريع البحثية في التسويق الرقمي.
٩. يلتزم بالنزاهة وأخلاقيات التسويق والعمل عبر الانترنت. في ضوء تحمله للمسؤولية الاجتماعية تجاه المجتمع.
١٠. يتعاون بفاعلية ضمن فرق العمل في ضوء تحمله لمسؤولية اتخاذ قرارات تسويقية رقمية.

٦. الرسالة العلمية ومتطلباتها: (إن وجدت)

١. تسجيل الرسالة العلمية.

(متطلبات/ شروط وإجراءات التسجيل للرسالة العلمية وكذلك ضوابط ومسؤوليات وإجراءات الإرشاد العلمي)

متطلبات/ شروط وإجراءات التسجيل لمشروع البحث:

- أن يكون الطالب في المستوى الرابع (الأخير) للبرنامج.
- اجتياز الطالب لمقرر طرق البحث العلمي (MKT733).
- واقعية وفعلية لمشكلة حقيقية.
- أن يختار الطالب موضوع المشروع بحيث يقدم حلاً.
- يمكن للطالب أن يختار مشروعه بحيث يكون تكملة لعمل سابق.

- أن يكون لدى الطالب معلومات نظرية كافية عن الموضوع المختار قبل البدء في تنفيذه.
- أن توضع خطة زمنية مفصلة لمراحل إنجاز المشروع البحثي.
- يفضل أن يكون المشرف على المشروع متخصصا في مجال المشروع الذي اختاره الطالب.
- أن يراعي المشروع القيم والأخلاق الإسلامية وعادات وقيم المجتمع وأخلاقيات المهنة.

إجراءات الارشاد العلمي:

- تخصص ساعة للارشاد العلمي ويعلن عنها في الجدول الدراسي للمشرف العلمي.
- يعلن المشرف العلمي عن جدولته الدراسي ويحتوي على الساعة الارشادية على موقعه كمرشد أكاديمي على البلاك بورد
- يلتزم المشرف العلمي بالتواجد في مكتبه خلال الساعة الارشادية ويستقبل فيها طلابه.

٢. الإشراف العلمي:

(ضوابط اختيار المشرف العلمي ومسؤولياته ، وكذلك إجراءات/ آليات الإشراف العلمي والمتابعة)

ضوابط اختيار المشرف العلمي:

يتم اختياره بناءً على:

- تلائم تخصصه مع تخصص البرنامج
- خبرته في مجال تخصص البرنامج
- الأعضاء من لهم أبحاث علمية في مجال التخصص
- إهتماماته البحثية في مجال التخصص
- القدرة على الاشراف والتوجيه
- السمعة الأكاديمي في البحث والتدريس في مجال التخصص
- القدرة على التواصل

مسؤولياته:

مسؤولياته في مرحلة الاشراف على مشروع البحث:

- تحديد مواعيد أسبوعية لمناقشة المشاريع مع الطلبة وتقديم الإرشادات والتوجيهات اللازمة لهم.
- متابعة تنفيذ خطة العمل للمشروع البحثي والتأكد من أن العمل قد أنجز بجهد الطالب.
- يشرح للطلاب خطوات اجراء البحث العلمي
- يوجه الطالب للخطوات السليمة في اجراء البحث العلمي
- يتابع الطالب في كل خطوة من خطوات اجراء مشروع البحث
- يوجه الطالب خلال كافة مراحل وخطوات اجراء مشروع البحث
- يقيم أداء الطالب في كل خطوة من خطوات مشروع البحث، ويقدم له الملاحظات التي تقوم أدائه، ويناقشه فيها.
- التواصل مع الطالب بفاعلية
- يتجاوب مع رسائل الطالب حول أداء مشروع البحث

- العمل على تنمية المهارات البحثية للطالب
- يتابع مدى تقدم الطالب في أدائه
- رفع تقرير لمنسق المشاريع البحثية بالبرنامج حول تقدم الطالب في مراحل تنفيذ المشروع.
- إبلاغ منسق المشاريع البحثية بالبرنامج بأية تغييرات جوهرية تحدث على المشروع.
- توجيه الطالب للاطلاع على اللوائح والسياسات والأدلة الخاصة بالبحث العلمي
- توفير ادلة ولوائح البحث العلمي بالاضافة الى الاستمارات المطلوبة لمشروع البحث على صفحة المقرر على البلاك بورد
- مسؤولياته في مرحلة مناقشة مشروع البحث:
- رفع تقرير حول حالة المشروع بذكر واحدة من الحالات: (المشروع جاهز للمناقشة، يجب استكمال المتطلبات قبل المناقشة، المشروع غير صالح للمناقشة) مع ذكر الأسباب.
- حضور مناقشة المشروع الذي يشرف عليه، دون المشاركة في تقييم لجنة المناقشة.
- تقييم الطالب بإعطائه الدرجة المخصصة من خلال تعبئة النموذج المعد خصيصا لذلك (الاستمارة رقم ٣).
- توزيع نماذج مناقشة المشاريع الخاصة باللجنة على الأعضاء قبل المناقشة.
- استعادة النماذج من اللجنة واستخراج متوسط الدرجات ورصدها.
- متابعة ملاحظات لجنة المناقشة والتأكد من تنفيذ التعديلات المطلوبة من اللجنة.
- رصد الدرجة النهائية بعد الحصول على الدرجة من لجنة المناقشة.
- تسليم رصد الدرجة النهائية لمنسق البرنامج.
- استلام النسخ النهائية من المشاريع من الطلبة (بعد إجراء التعديلات) وتسليمها لمنسق المشاريع البحثية في البرنامج.

٣. مناقشة الرسالة العلمية:

(ضوابط اختيار لجنة المناقشة ومتطلبات التقدم للمناقشة، وإجراءات مناقشة الرسالة وإجازتها، ومعايير تقييم الرسالة العلمية)

ضوابط اختيار لجنة المناقشة ومتطلبات التقدم للمناقشة:

- تضم اللجنة ممتحنين اثنين (أحدهما رئيسا للجنة)، وتضم بجانبهما مشرف المشروع، ويلزم عند اختيار أعضاء اللجنة:
- أن يكون أعضاء اللجنة من ذوي الخبرة في مجال التخصص
- أن يكون أعضاء اللجنة من أعضاء البرنامج
- أن يكون أعضاء اللجنة قد نشروا بحوث علمية في مجال التسويق الرقمي (أستاذ مشارك على الأقل)

إجراءات مناقشة الرسالة وإجازتها:

- الاطلاع على تقرير المشروع البحثي. وإبداء الملاحظات عليه لإعطائها للطلاب لإجراء التعديلات.
- إعطاء الطلبة زما مناسباً لتقديم شرح تفصيلي عن مشروعهم ومن ثم تبدأ المناقشة والأسئلة.
- تقييم الطلبة (كل ممتحن على حده) أثناء مناقشة المشروع وإعطائه الدرجة المخصصة
- تعبئة النموذج المعد للتقييم (استمارة ٣) وتسليمه لمنسق المشاريع البحثية بالبرنامج.

معايير تقييم الرسالة العلمية:

المعايير الخاصة بالمشرف العلمي:

- كتابة مقترح البحث وتحديد ادبيات الدراسة
- تصميم منهجية البحث وتطبيق الادوات المناسبة لجمع البيانات

- تحليل البيانات باستخدام الأساليب الكمية أو النوعية المناسبة واستخلاص النتائج منها
 - تنفيذ المهام المطلوبة والالتزام بالمواعيد وبخطة عمل المشروع
 - الالتزام بأخلاقيات البحث العلمي في كتابة المشروع وتوثيق المصادر
- المعايير الخاصة بالمناقشين من أعضاء لجنة المناقشة:**
- وضوح لغة كتابة التقرير وخلوها من الأخطاء والالتزام بموجهات كتابة التقرير
 - سلامة تطبيق الاساليب العملية والاحصائية
 - وضوح العرض واكتماله في الزمن المحدد
 - القدرة على مناقشة النتائج والاستنتاجات وتفسيرها والرد على الأسئلة المطروحة

القبول والدعم الطلابي:

١. متطلبات القبول في البرنامج:

١. أن يكون المتقدم سعودي الجنسية .
 ٢. أن يكون المتقدم حاصلًا على مؤهل البكالوريوس من جامعة سعودية أو من جامعة معترف بتقدير جيد على الأقل.
 ٣. أن يكون المتقدم مجتازًا لاختبار القدرات الجامعية شرط ألا يكون مضى على تاريخ الحصول عليها أكثر من خمس سنوات.
- ولمجلس الجامعة أن يضيف إلى هذه الشروط العامة ما يراه ضرورياً.
- الرابط التشعبي لشروط قبول الطلاب: مرفق رابط قبول الطلاب بالبرنامج:

<https://www.ut.edu.sa/ar/Deanship/graduate-studies/Pages/default.aspx>

٢. برامج التوجيه والتهيئة للطلاب الجدد

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

- يتم عمل برامج استقبال للطلاب الجدد يوضح فيها:
- كافة الأمور المتعلقة بالحياة الجامعية ويتم فيها تعريفهم بالحركات الأكاديمية ومواعيدها.
- كما يتم تعريفهم بكافة الوحدات المساندة بالكلية ومهمة كل منها وما يحتاجه الطالب من كل منها.
- يتم تعريف الطلاب بكافة حقوقهم وكافة واجباتهم بالكلية والجامعة
- يتم تحديد مرشد أكاديمي لكل طالب ليساعده في كافة الأمور الأكاديمية التي يحتاجها

٣. خدمات الإرشاد

(الأكاديمي، المهني، النفسي، الاجتماعي) (يكتفى بذكر ما يخص الاحتياجات النوعية المقدمة لطلاب البرنامج وتختلف عما يقدم على المستوى المؤسسي)

١. يوجد بالكلية وحدة إرشاد أكاديمي ويوجد بالبرنامج منسق للإرشاد الأكاديمي ضمن لجنة الشؤون الأكاديمية والإرشاد الأكاديمي بالبرنامج.
٢. الساعات المكتبية: يتوفر لعضو هيئة التدريس ٥ ساعات اسبوعياً مخصصة لإرشاد ودعم الطالب، ومجدولة بطريقة رسمية.
٣. موزع على كل عضو من أعضاء هيئة التدريس في البرنامج مجموعة من طلاب البرنامج يكون مسؤول عن تقديم المشورة والإرشاد

- الأكاديمي لهم.
٤. إبلاغ الطلاب بمواعيد الساعات المكتبية وكذلك إبلاغهم بالبريد الإلكتروني الرسمي لأستاذ المقرر.
 ٥. يتم عقد لقاءات تعريفية للطلاب المستجدين لتعريفهم باللوائح والإرشادات الخاصة بالبرنامج
 ٦. يقوم المرشد الأكاديمي بتنظيم اجتماعات فردية وجماعية مع طلابه
 ٧. تعقد دورات تدريبية للمنتوق تخرجهم في مجالات تساعد في الانخراط في سوق العمل
 ٨. تعقد دورات في الإرشاد النفسي والاجتماعي للطلاب
 ٩. تعقد دورات في الجانب المهني للطلاب.
 ١٠. يحرص رئيس القسم ومشرفة القسم على الرد على أى استفسار فردى للطلاب وتقديم الدعم لهم
 ١١. يعالج المرشد الأكاديمي أسباب تعثر الطلاب المتعثرين في المجموعة المسؤول عنها
 ١٢. يكرم المرشد الأكاديمي الطلاب المتفوقين في المجموعة المسؤول عنها
 ١٣. يقدم المرشد الأكاديمي الدعم اللازم لذوى الاحتياجات الخاصة
 ١٤. يحرص المرشد الأكاديمي على اكتشاف المواهب لدى الطلاب في مجموعته وبوجهه الى وحدة الأنشطة الطلابية بالقسم
 ١٥. يحرص البرنامج من خلال منسق الوحدة بالتنسيق مع وحدة الإرشاد الأكاديمي بالكلية على تقديم الدعم النفسي للطلاب من خلال استضافة متخصصين
 ١٦. يعالج المرشد الطلابي أسباب كثرة الغياب لدى الطلاب في المجموعة المسؤول عنها

٤. الدعم الخاص

(المتعثرين دراسيًا، الأشخاص ذوي الإعاقة، الموهوبون وغيرهم.....)

- المتعثرين: يتم التعرف عليهم من قبل المرشد الأكاديمي ومن ثم التواصل معهم وعقد لقاءات فردية وجماعية معهم والتعرف على أسباب تعثرهم ومحاولة التغلب عليها ومن ثم متابعة كيفية تحسين وضعهم الأكاديمي .
- ذوى القدرات الخاصة:
- ويتم التعرف عليهم ومساعدتهم من قبل وحدة الإرشاد الأكاديمي ووحدة الشؤون الاجتماعية، وستستمر متابعتهم من قبل أعضاء هيئة التدريس والمرشد الأكاديمي.
- ويتم إجراء الاختبارات لهم في قاعات منفصلة عن قاعات امتحانات الطلاب
- الطلاب الموهوبون: يتم التعرف عليهم من قبل المرشد الأكاديمي وتشجيعهم وتحفيزهم ومساعدتهم وتوجيههم لتنمية مواهبهم

هيئة التدريس والموظفون:

١. الاحتياجات من هيئة التدريس والإداريين والفنيين.

المرتبة العلمية	التخصص		المتطلبات والمهارات الخاصة (إن وجدت)	العدد المطلوب		
	العام	الدقيق		ذكور	إناث	المجموع
أستاذ	إدارة أعمال أو التسويق	التسويق - التسويق والتجارة الإلكترونية		٣	١	٤
أستاذ مشارك	إدارة أعمال أو التسويق	التسويق - التسويق والتجارة الإلكترونية		٣	١	٤
أستاذ مساعد	إدارة أعمال أو التسويق	التسويق التطبيقي		٣	٤	٧

-	-	-	-	-	-	محاضر
-	-	-	-	-	-	معيد
-	-	-	-	-	-	الفنيون ومساعدو المعامل
٢	١	١	-	-	-	الطاقم الإداري
-	-	-	-	-	-	أخرى (حدد)

مصادر التعلم والمرافق والتجهيزات:

١. مصادر التعلم

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

- يوفر البرنامج قائمة بالكتب الدراسية المعتمدة لمنفذ الكتب بالجامعة والذي يقوم بدوره بتوفيرها للطلاب.
- المكتبة الرقمية السعودية والتي تتوفر بها العديد من مصادر التعلم المفيدة في مجال التسويق والتي تتيحها الجامعة مجاناً للطلاب
- مواقع الانترنت التي يرشد أعضاء هيئة التدريس الطلاب للاستعانة بها في تعزيز الجانب العلمي لديهم والمساندة في إجراء الواجبات والمشاريع البحثية.
- وجود مسؤول بالبرنامج خاص بمصادر التعلم والتي تعني بالتأكد من توفر الكتب الدراسية المعتمدة من البرنامج. مع التأكد من توفر كتب للتخصص في مكتبة الجامعة.

٢. المرافق والتجهيزات

(المكتبات، المعامل، القاعات الدراسية الخ)

- القاعات الدراسية: يوجد في القسم مسؤول عن المرافق والتجهيزات يقوم بمتابعة مدى توفر القاعات الدراسية المناسبة لجميع الشعب حسب عدد الطلاب المسجلين في كل شعبة.
- المكتبة: التأكد من توفر الكتب المتعلقة ببرنامج التسويق الرقمي في المكتبة لتسهيل وصول الطلاب إليها والاستفادة منها

٣. الإجراءات المتبعة لضمان توفر بيئة صحية وآمنة (طبقاً لطبيعة البرنامج).

اتباع التعليمات من الجامعة

ضمان جودة البرنامج:

١. نظام ضمان الجودة في البرنامج.

ضع الرابط الإلكتروني لدليل نظام ضمان الجودة.

https://drive.google.com/drive/folders/1XutG8DP6hertNEXFHdtMf6feEzSd3y3Q?usp=drive_link

٢. إجراءات مراقبة جودة البرنامج.

- نتائج استبيانات توكيد الجودة

- مراجعات الاستشاريين والمقيمين المستقلين
- المقارنات المرجعية مع الكليات المناظرة
- استبيانات ومقابلات وزيارات مع جهات التوظيف
- التقييم التبادلي مع أعضاء هيئة التدريس بالبرنامج

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

- نتائج استبيانات توكيد الجودة
- إطلاع منسق البرنامج على تقارير المقررات
- التقييم التبادلي مع أعضاء هيئة التدريس بالبرنامج

٤. الإجراءات المتبعة للتأكد من تحقيق التكافؤ في المقر الرئيسي للبرنامج (بشطريه: طلاب، طالبات) (إن وجد).

- نتائج استبيانات توكيد الجودة
- مراجعة وتقييم سير العملية التعليمية وفقاً للخطة الدراسية المعدة
- التقارير الأسبوعية عن سير العملية التعليمية
- توحيد الاختبارات النصفية والنهائية
- توحيد الأعمال الصفية بين الشطرين لجميع المقررات
- تحديد منسق واحد عن المقرر لجميع مقررات البرنامج

٥. خطة تقييم مخرجات التعلم للبرنامج وآليات الاستفادة من نتائجها في عمليات التطوير

يتم قياس مخرجات التعلم بطريقتين أساسيتين وهما :

أ. الطريقة المباشرة

ب. الطريقة غير المباشرة

ومرفق رابط خطة البرنامج في قياس نواتج التعلم على مستوى البرنامج :

https://drive.google.com/drive/folders/1HlzemX7GTy1rUnZ_mh5Tic5elBJ1NUF4?usp=drive_link

٦. مصفوفة تقييم جودة البرنامج

توقيت التقييم	طرق التقييم	مصادر التقييم	مجالات التقييم
<ul style="list-style-type: none"> • استطلاعات الرأي الطلاب: نهاية كل فصل دراسي • تحليل ودراسة نتائج الاختبارات: نهاية كل فصل دراسي • تقرير قياس مخرجات التعلم: 	<p><u>غير مباشرة:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • استطلاعات الرأي الطلاب <p><u>مباشرة:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • تحليل ودراسة نتائج الاختبارات • تقرير قياس مخرجات التعلم • تقارير المقرر 	<ul style="list-style-type: none"> • الطلاب • منسق ومدرسي المقرر • منسق البرنامج • لجنة ضمان الجودة والاعتماد الأكاديمي 	<ul style="list-style-type: none"> • فاعلية التدريس

توقيت التقييم	طرق التقييم	مصادر التقييم	مجالات التقييم
<ul style="list-style-type: none"> نهاية كل فصل دراسي تقارير المقرر: نهاية كل فصل دراسي تحليل ودراسة نتائج الاختبارات والواجبات: نهاية كل فصل دراسي المراجع النظير: نهاية العام الدراسي رأى جهات التوظيف: نهاية العام الدراسي تقارير اجتماعات اللجنة الاستشارية: نهاية العام الدراسي تقرير المراجعة الداخلية: بعد اجراء المراجعة الدورية تقرير لجنة ضمان الجودة والاعتماد الأكاديمي بالبرنامج: بعد اجراء المراجعة الدورية تقرير لجنة الخطط والبرامج الدراسية: بعد اجراء المراجعة الدورية 	<p><u>غير مباشرة:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> استطلاعات الرأي الطلاب 	<ul style="list-style-type: none"> أعضاء هيئة التدريس المراجع النظير الطلاب منسق البرنامج 	<p>فاعلية طرق تقييم الطلاب</p>
	<p><u>مباشرة:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> تحليل ودراسة نتائج الاختبارات والواجبات تقرير المراجع النظير 		
<ul style="list-style-type: none"> تقارير اجتماعات اللجنة الاستشارية: نهاية العام الدراسي تقرير المراجعة الداخلية: بعد اجراء المراجعة الدورية تقرير لجنة ضمان الجودة والاعتماد الأكاديمي بالبرنامج: بعد اجراء المراجعة الدورية تقرير لجنة الخطط والبرامج الدراسية: بعد اجراء المراجعة الدورية 	<p><u>غير مباشرة:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> استطلاعات الرأي الطلاب استطلاعات رأي جهات التوظيف 	<ul style="list-style-type: none"> الطلاب مدرسي المقرر المراجع النظير اللجنة الاستشارية جهات التوظيف منسق البرنامج 	<p>مصادر التعلم</p>
	<p><u>مباشرة:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> تقارير اجتماعات اللجنة الاستشارية تقرير المراجع النظير 		
<ul style="list-style-type: none"> تقرير لجنة ضمان الجودة والاعتماد الأكاديمي بالبرنامج: بعد اجراء المراجعة الدورية تقرير لجنة الخطط والبرامج الدراسية: بعد اجراء المراجعة الدورية 	<p><u>غير مباشرة:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> استطلاعات الرأي الطلاب استطلاعات رأي جهات التوظيف 	<ul style="list-style-type: none"> مدرس المقرر منسق المقرر منسق البرنامج لجنة ضمان الجودة والاعتماد الأكاديمي بالبرنامج الطلاب جهات التوظيف 	<p>مدى تحصيل مخرجات التعلم للمقرر</p>
	<p><u>مباشرة:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> تقرير المقرر تقرير قياس مخرجات التعلم 		
<ul style="list-style-type: none"> تقرير لجنة الخطط والبرامج الدراسية: بعد اجراء المراجعة الدورية 	<p><u>مباشرة:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> تقرير المراجعة الداخلية تقرير المراجع النظير تقرير المقرر تقرير قياس مخرجات التعلم 	<ul style="list-style-type: none"> مدرس المقرر منسق المقرر منسق البرنامج لجنة ضمان الجودة والاعتماد الأكاديمي بالبرنامج المراجع النظير 	<p>عمليات تطوير التدريس</p>
	<p><u>مباشرة:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> مراجعة تصحيح عينة من أعمال الطلاب من قبل لجنة متخصصة بالقسم. 		
<ul style="list-style-type: none"> تقرير لجنة الخطط والبرامج الدراسية: بعد اجراء المراجعة الدورية 	<p><u>مباشرة:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> مراجعة تصحيح عينة من أعمال الطلاب من قبل لجنة متخصصة بالقسم. 	<ul style="list-style-type: none"> مدرس المقرر منسق المقرر 	<p>التحقق من معايير انجاز الطالب</p>
	<p><u>غير مباشرة:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> استطلاعات الرأي الطلاب استطلاعات رأي جهات التوظيف 		
<ul style="list-style-type: none"> تقرير لجنة الخطط والبرامج الدراسية: بعد اجراء المراجعة الدورية 	<p><u>غير مباشرة:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> استطلاعات الرأي الطلاب استطلاعات رأي جهات التوظيف 	<ul style="list-style-type: none"> لجنة الخطط والبرامج الدراسية لجنة ضمان الجودة والاعتماد الأكاديمي بالبرنامج مدرس المقرر منسق المقرر 	<p>إجراءات التخطيط، المعدة للمراجعة الدورية لفاعلية المقرر الدراسي والتخطيط لتطويرها</p>
	<p><u>مباشرة:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> تقرير المقرر 		

مجالات التقويم	مصادر التقويم	طرق التقويم	توقيت التقويم
	<ul style="list-style-type: none"> • منسق البرنامج • المراجع النظير • اللجنة الاستشارية • جهات التوظيف 	<ul style="list-style-type: none"> • تقرير المقرر • تقرير قياس مخرجات التعلم • تقارير اجتماعات اللجنة الاستشارية • تقرير المراجع النظير • تقرير لجنة ضمان الجودة والاعتماد الأكاديمي بالبرنامج • تقرير لجنة الخطط والبرامج الدراسية 	

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

٧ مؤشرات قياس أداء البرنامج

الفترة الزمنية لتحقيق مؤشرات الأداء المستهدفة (١) عام.

م	الرمز	مؤشر الأداء	المستوى المستهدف	طرق القياس	توقيت القياس
١	KPI-PG-1	تقويم الطلاب لجودة خبرات التعلم في البرنامج	٤,٦٥	استطلاع رأي الطلاب	نهاية العام الدراسي
٢	KPI-PG-2	تقييم الطلاب لجودة المقررات	٤,٦٥	استطلاع رأي الطلاب	
٣	KPI-PG-3	تقييم الطلاب لجودة الإشراف العلمي	٤,٦٥	استطلاع رأي الطلاب	
٤	KPI-PG-4	متوسط المدة التي يتخرج فيها الطلاب	٤	احتساب النسب المئوية اللازمة	
٥	KPI-PG-5	معدل تسرب الطلاب من البرنامج	٪٨	احتساب المعدل اللازم	
٦	KPI-PG-6	تقويم جهات التوظيف لكفاءة خريجي البرنامج	٤,٧٢	الاستطلاعات الرأي	
٧	KPI-PG-7	رضا الطلاب عن الخدمات المقدمة	٤,٦٥	استطلاع رأي الطلاب	
٨	KPI-PG-8	نسبة الطلاب إلى أعضاء هيئة التدريس	٥:١	احتساب النسب المئوية اللازمة	
٩	KPI-PG-9	النسبة المئوية للنشر العلمي لأعضاء هيئة التدريس	٪٥٠	احتساب النسب المئوية اللازمة	
١٠	KPI-PG-10	معدل البحوث المنشورة لكل عضو هيئة تدريس	١:١	احتساب المعدل اللازم	

م	الرمز	مؤشر الأداء	المستوى المستهدف	طرق القياس	توقيت القياس
١١	KPI-PG-11	معدل الاقتباسات في المجالات المحكمة لكل عضوية التدريس	٨:١	احتساب المعدل اللازم	
12	KPI-PG-12	نسبة النشر العلمي للطلاب	٥٪	احتساب النسب المئوية اللازمة	
13	KPI-PG-13	عدد براءات الاختراع والابتكار وجوائز التميز	٥	احتساب العدد اللازم	

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

اللجان المتخصصة:

١. لجنة البرامج والخطط الدراسية

تهدف لجنة البرامج إلى إعداد وتطوير البرامج والخطط الدراسية ومراجعة توصيف المقررات الدراسية، وأهدافها، ومفرداتها، والمراجع. وتقييمها دورياً لمواكبة ما يستجد من تطورات في مجال التسويق.

مهام اللجنة:

- إعداد وتطوير الخطط الدراسية للبرامج الأكاديمية بالقسم باللغتين العربية والانجليزية وفق معايير وحدة البرامج والخطط الدراسية بالجامعة، والنماذج المحددة في الدليل الاجرائي للبرامج والخطط الدراسية بالجامعة، ومعايير ومتطلبات الهيئة الوطنية للتقويم والاعتماد الأكاديمي، مع الأخذ في الاعتبار آراء كل من أعضاء هيئة التدريس والطلاب، والخريجين، وسوق العمل، والمجتمع المحلي،
- التنسيق المستمر مع لجنة ووحدة البرامج والخطط الدراسية بالجامعة،
- التنسيق لتحديد المقررات الدراسية المشتركة بين البرامج المتعددة داخل الكلية (متطلبات الكلية) بناءً على توصيات مجالس الأقسام العلمية المختصة،
- مراجعة وتطوير المقررات الدراسية، ودراسة وترميز وتوصيف المقررات، ومحتوياتها، والمتطلبات السابقة لها إن وجدت، ومدى موائمتها مع أهدافها ومخرجات التعليم المتوقعة منها، ومع أهداف ورؤية البرنامج والقسم والكلية والجامعة،
- مراجعة وتطوير ودراسة مدى التوافق والانسجام بين مقررات الخطة وأساليب التدريس والتقويم مع مخرجات التعلم المتوقعة، ومع أهداف ورؤية البرنامج والقسم والكلية والجامعة،
- المراجعة الدورية لملائمة المعارف والمهارات التي يكتسبها الطالب أثناء دراسته في القسم مع متطلبات سوق العمل،
- التقييم الدوري للخطة الدراسية من خلال التغذية العكسية والتوصيات المستخلصة من تدريس المقررات من قبل أعضاء هيئة التدريس والمحكمين والمقيمين والخريجين، وتقديم مقترح بالإجراءات التصحيحية المناسبة.
- تحديد المقررات الاختيارية بالخطة الدراسية، ورفع التوصيات لمجلس القسم.
- معادلة المواد الدراسية الخاصة بالطلاب المحولين الى برامج القسم وفق النظام.

- الرفع لمجلس القسم بتقرير فصلي عن نشاطات اللجنة.
- البت فيما يوكل اليها من أعمال

٢. لجنة ضمان الجودة والاعتماد الأكاديمي

تهدف لجنة ضمان الجودة والاعتماد الأكاديمي بقسم التسويق إلى تكريس مفهوم ضمان الجودة والحصول على الاعتماد الأكاديمي الوطني والدولي.

مهام اللجنة:

- رسم السياسة العامة للتطوير والجودة وفقا لمتطلبات عمادة التطوير والجودة بالكلية والجامعة.
- المساهمة مع وكالة التطوير والجودة بالكلية في نشر ثقافة الجودة والاعتماد الأكاديمي، وتنظيم المحاضرات التثقيفية، وورش العمل، وتحفيز أعضاء هيئة التدريس على حضور هذه الفعاليات.
- الإشراف على نشاطات التقويم والاعتماد الأكاديمي بالبرنامج.
- الإشراف على إعداد وتجهيز ملفات المقررات الدراسية وتقارير المقررات ومراجعتها، ورفعها الى وكالة التطوير والجودة بالكلية لكل فصل دراسي.
- قياس خصائص الخريجين ومخرجات التعلم في البرنامج وفق الخطة الموضوعية
- التنسيق مع وحدة الإحصاء والمعلومات في الكلية في تحليل نتائج الاختبارات واستخراج التقارير الخاصة بها، والتنفيذ والمتابعة لكل ما يصدر من وحدة القياس والتقويم بالجامعة.
- الإشراف على بناء بنوك أسئلة الاختبارات المعيارية للبرنامج.
- تنفيذ استطلاعات الرأي وتحليلها وتقديم تقرير تفصيلي عنها بصورة دورية.
- بناء الخطة التشغيلية وفق أهداف البرنامج وأوليات التحسين المستخلصة من التقارير ومؤشرات الأداء واستطلاعات الرأي للمستفيدين.
- بناء خطة خدمة المجتمع للمجتمع للبرنامج.
- متابعة تنفيذ توصيات التحسين المستمر المحالة للقسم من وكالة التطوير والجودة بالكلية.
- توثيق إنجازات الوحدات واللجان المختصة بالخطة التشغيلية.
- الإشراف على إعداد التقرير السنوي وجمع وتحديث البيانات والإحصاءات الخاصة به من الجهات ذات العلاقة.
- الرفع لمنسق البرنامج بتقرير دوري عن نشاطات اللجنة.
- البت فيما يوكل اليها من أعمال.

٣. اللجنة العلمية:

تسعى اللجنة العلمية إلى تحقيق السياسة العلمية في قسم التسويق وبما يتفق مع السياسة العلمية للجامعة.

مهام اللجنة:

- فحص طلبات ترقية أعضاء هيئة التدريس بقسم التسويق وفقاً للقواعد التنفيذية والإجرائية الموضوعة من قبل المجلس العلمي بالجامعة.
- دراسة صلاحية طباعة ونشر الكتب المؤلفة من قبل أعضاء هيئة التدريس بالبرنامج.
- المشاركة في إعداد وتنفيذ الخطة التشغيلية للبرنامج في مجال البحث العلمي.
- دراسة الطلبات المقدمة من أعضاء هيئة التدريس بالقسم لحضور الندوات والمؤتمرات العلمية وفقاً للقواعد التنفيذية والإجرائية الموضوعة من قبل المجلس العلمي بالجامعة.
- تنظيم وتنسيق إدارة المؤتمرات والورش والندوات والفعاليات العلمية والثقافية والمسابقات العلمية بالبرنامج.
- إنشاء قاعدة بيانات للبحث العلمي وتحديثها بصورة دورية.
- تحديد الاحتياجات من أعضاء هيئة التدريس ومن في حكمهم والنظر في طلبات المتقدمين لوظائفهم بالقسم.
- متابعة طلبات الابتعاث للمعيدين والمحاضرين
- الرفع لرئيس القسم بتقرير دوري عن نشاطات اللجنة.
- البت فيما يوكل اليها من أعمال.

٤. لجنة الدراسات العليا

تهدف اللجنة الى المساهمة في إيجاد برامج دراسات عليا مميزة وذات جودة عالية من خلال القسم العلمي بالكلية، وكذلك ذات طابع يتصف بالاستمرارية والتطور والحداثة، مما يخدم الميدان التربوي في مجالات متنوعة، على أن تكون مهامها كما يلي:

- العمل على إنجاز ملف برنامج الماجستير ومتابعة اعتماده مع الجهات القانونية والمجالس العلمية.
- اقتراح أعداد الطلبة الذين يمكن قبولهم في برنامج الدراسات العليا لدى القسم.
- إجراء اختبارات القبول والفرز للمتقدمين للدراسات العليا بالقسم ودراسة ملفاتهم ورفع المرشحين للقبول إلى مجلس القسم.
- دراسة الطلبات المقدمة من طلبة برنامج الدراسات العليا بشأن منح فرص إضافية وإعادة القيد وغيرها من الحالات الطلابية ذات العلاقة والرفع إلى مجلس القسم.
- دراسة المقترحات الخاصة برسائل الماجستير وما يتعلق بها من تنظيم وأشراف على المنتدى العلمي لخطط بحوث الماجستير والرفع بذلك إلى مجلس القسم.
- ترشيح أسماء أعضاء هيئة التدريس للإشراف من القسم والكلية على المقررات الدراسية في برنامج الدراسات العليا والرفع بها إلى مجلس القسم.
- التنسيق مع وكالة الكلية للدراسات العليا والبحث العلمي في الأمور ذات العلاقة بالدراسات العليا.

- مراجعة وتطوير خطط برنامج الدراسات العليا بالقسم بما في ذلك برامج الدبلوم عالي.
- دراسة ما يحال إليها من موضوعات ذات علاقة من رئيس القسم ومجلس القسم.

هـ. لجنة الشؤون الأكاديمية والإرشاد الطلابي:

تهدف اللجنة الى ضمان جودة الشؤون الأكاديمية والإرشاد الطلابي على مستوى قسم التسويق.

مهام اللجنة:

- التنسيق مع الأقسام العلمية الأخرى وعمادة القبول والتسجيل والكليات والادارات المختلفة لتسهيل الإجراءات المتعلقة بمهام الشؤون التعليمية.
- إعداد الجداول الدراسية الفصلية ومتابعة تنفيذها من قبل عمادة القبول والتسجيل.
- الإشراف على عملية الإرشاد الأكاديمي للطلاب بالتنسيق مع المشرفين.
- مراجعة معادلات الطلاب المحولين والمعاد قيدهم بالدراسة بداية كل فصل دراسي، والإشراف على عمليات التحويل الداخلي بين الأقسام.
- متابعة عمليات الحذف والإضافة للطلاب.
- متابعة حالات الطلاب المتوقع تخرجهم، وتسليم نماذج إخلاء الطرف للخريجين.
- الإشراف على كل ما يتعلق بالاختبارات النهائية، وذلك من حيث تنفيذ جداول الاختبارات، توزيع المراقبات على الاختبارات النهائية، متابعة سير الاختبارات النهائية،
- تهيئة الطلاب بالمعلومات الصحيحة للتعرف والتأقلم مع الحياة الجامعية.
- إمداد الطلبة بالمعلومات الصحيحة عن الكلية والقسم، والسياسات التعليمية.
- تقليل فرص التعثر الأكاديمي (إرشاد وقائي).
- تقديم المشورة والمساعدة لأصحاب المشكلات الأكاديمية من الطلبة.
- رعاية الطلبة ذوي التحصيل الدراسي المتدني والمتعثر والاهتمام بهم ومتابعتهم حتى يرتقوا بمستواهم الدراسي.
- الاهتمام بالطلبة المتفوقين والموهوبين وتقديم ما من شأنه تعزيز قدراتهم ودعم إبداعاتهم
- وضع خطة للإشراف الأكاديمي.
- الإشراف على تنفيذ خطة الإشراف الأكاديمي.
- توزيع الطلبة المستجدين على المشرفين الأكاديميين ونشر القوائم وذلك مع بداية كل عام دراسي.
- الرفع بشكل دوري (منتصف كل فصل دراسي) بتقرير يشتمل على أعمال الوحدة وكذلك تقريراً عن مستويات الطلبة إلى إدارة الكلية.
- النظر في مشاكل الطلبة الأكاديمية التي ترفع بواسطة المرشدين والسعي لحلها.

٦. لجنة الخريجين والأنشطة الطلابية:

تهدف اللجنة الى متابعة الخريجين والأنشطة الطلابية على مستوى القسم.

مهام اللجنة:

- متابعة الخريجين وتقديم التغذية الراجعة عنه سواءً للقسم أو الكلية أو الجامعة.
- تطوير وتوسيع مدارك الخريج من خلال الملتقيات والدورات واللقاءات والمشاريع..
- توثيق العلاقات والروابط بين الخريجين وتبادل الخبرات والتجارب الناجحة.
- تهيئة خريجين للعمل في المجالات المتاحة.
- تنظيم اللقاءات مع جهات التوظيف حتى يتاح للخريج معرفة مجالات العمل المتاحة.
- إعداد خطة زمنية للأنشطة الطلابية في ضوء رسالة القسم ومتطلبات الجودة، وتوزع الخطة على الفصول الدراسية والتي تتضمن وصف للفعاليات المقترحة والمزعم تقديمها..
- الإسهام في تطوير شخصية الطلاب الخريجين علمياً، وعملياً، وثقافياً، واجتماعياً.
- تدريب الطلاب الخريجين على أن يكونوا قادرين على تحمل المسؤولية، وأعباء الحياة.
- توثيق الروابط بين الطلاب الخريجين وأساتذتهم بما يتيح نقل الخبرات وتوارثها.
- إتاحة الفرص أمام الطلاب الخريجين لتعلم بعض الأساليب الإدارية، واكتساب المهارات في مجال العلاقات العامة والإنسانية.
- الإسهام في اكتشاف المواهب الطلابية، وصقلها، ورعايتها.
- رفع درجة الوعي المعرفي والثقافي بين الطلاب الخريجين ، والارتقاء بمستواهم الفكري والسلوكي بما يحقق مصالح الوطن.
- رفع روح المنافسة بين الطلاب الخريجين، وذلك بالمشاركة في المسابقات الثقافية، والرياضية، والاجتماعية.
- تأمين الأماكن اللازمة لإقامة الأنشطة الطلابية وتجهيئتها.
- تنظيم الحفل الختامي للأنشطة الطلابية بالقسم " حفل فارس القسم" في نهاية كل عام دراسي
- رفع تقرير فصلي لسعادة رئيس القسم يوضح الإنجازات التي تمت والتي لم يتم إنجازها وعرض أسباب عدم الإنجاز.

أعضاء هيئة التدريس ومن في حكمهم:

م	الاسم	الرتبة العلمية
١	د. حسن عبد الله البقي	أستاذ مشارك
٢	أ.د عبد الموجود عبدالله أبوحمادة	أستاذ دكتور
٣	أ.د. توفيق بن محمد العنزي	أستاذ دكتور
٤	أ.د. خالد سالم العطوي	أستاذ دكتور
٥	أ.د. عيبر السيد فايد	أستاذ دكتور
6	د. محمود عبد العزيز المنسي	أستاذ مشارك
7	د. أريج عبدالله القمزي	أستاذ مشارك
٨	د. وائل سلطان الحكيمي	أستاذ مشارك
٩	د. علي بن محمد السهبي	أستاذ مساعد
١٠	د. محمد سلمان شمسي	أستاذ مساعد
١١	د. أسد حسن بوت	أستاذ مساعد
12	د حنان اسامه حسن	أستاذ مساعد
13	د. منال الزين إدريس	أستاذ مساعد
١٤	د. هبة الله محسن محمد	أستاذ مساعد
١٥	د. وصال بنت رفيق عزيز	أستاذ مساعد

بيانات الاتصال (مكتب رئيس القسم)

- رقم الهاتف : ٠٠٩٦٦١٤٤٥٦٣٠٥٧ التحويلة: ٣٠٥٧
- البريد الإلكتروني : h.alboqami@ut.edu.sa
- صندوق بريد : ٧٤١
- الرمز البريدي: تبوك ٧١٤٩١