

جامعة الزيتونة للعلوم والتكنولوجيا

سلفيت - فلسطين

كلية الإدارة والأعمال

برنامج البكالوريوس في إدارة التسويق الرقمي

1-مقدمة:

يتناول هذا التقرير الخطة الأكاديمية لدرجة البكالوريوس في برنامج " إدارة التسويق الرقمي " ويتكون من أربعة أجزاء: يعرض الجزء الأول بعد هذه المقدمة أهداف البرنامج ومخرجاته المتوقعة ومبررات عرضه. أما الجزء الثاني فيعرض متطلبات البرنامج وتوزيع هذه المتطلبات على برنامج دراسي إرشادي مقترح مكون من أربع سنوات (ثمانية فصول) في حين يعرض الجزء الثالث وصفا لمساقات البرنامج. ويختم الجزء الرابع بعرض لاحتياجات تنفيذ البرنامج.

1-1 أهداف البرنامج ومخرجاته:

يهدف البرنامج بشكل رئيس إلى تخريج متخصص في الإدارة والأعمال بكفاءة خاصة في مجال إدارة التسويق مع التركيز على استخدام أدوات التواصل الالكتروني في تحقيق الأهداف التسويقية للمنظمة. حيث يتم تجهيز الخريج بالقدرة على تطوير وتنقيح المفاهيم المختلفة والمتنوعة في إدارة الأعمال، ومهارات تحليلية خاصة ومهارات حل المشاكل وطرق اتخاذ القرارات، والقدرة على التواصل التجاري والإداري عبر أدوات التواصل الالكتروني ليتمتع الطالب بمهارات التعرف على ما يدور في العالم الالكتروني ووسائل التواصل الاجتماعي المختلفة وتحليل الأوضاع الاقتصادية والتسويقية وبذلك يصبح الطالب عنصرا ديناميكيا فاعلا ضمن أي فريق عمل في المنظمة.

يستطيع الخريج من البرنامج القيام بما يلي:

- دراسة التطورات في عالم التسويق الالكتروني وتحليلها وتصميم برنامج خاص بمنظمتها للانسجام والاستفادة منها.
- تقييم برامج التسويق وتطويرها وكتابة التقارير العلمية الواضحة بشأنها.
- تكوين نظرة متكاملة وموحدة عن تفضيلات المستهلكين وتوقعاتهم عبر قنوات الشبكة العنكبوتية ووسائل التواصل الاجتماعي والخلوي والبريد المباشر ونقاط البيع.... الخ، واستغلال ذلك في رسم البرامج التسويقية التي تحفز المستهلكين داخل دورة الشراء.
- التعاون مع فرق العمل المكلفة باتخاذ القرارات الإدارية والتجارية المتعلقة بعملية التسويق وأهدافها وبرامجها وأدواتها للوصول إلى تلك الأهداف.
- القدرة على اتخاذ القرارات التي تخص العملية التسويقية والتعبير عنها بصورة مهنية شفافة أو كتابة.
- بالإضافة إلى ذلك، فإن خريج البرنامج يكون قادرا على القيام بالمهام الإدارية العامة و/أو مواصلة تعليمه العالي في أي من الجامعات الدولية.

2-1 مبررات عرض البرنامج في جامعة فلسطينية (الزيتونة)

- بالإضافة إلى كونه البرنامج الأول من نوعه في الأراضي الفلسطينية، فإن مبررات عرضه تشمل:
- أن التطورات المتسارعة في إدارة الأعمال عالميا بدأت تجد طريقها إلى بيئة الأعمال في الأراضي الفلسطينية وبذلك فإن البرنامج يوفر لبيئة الأعمال الفلسطينية كفاءات قادرة على التعامل مع هذه التطورات.
 - كذلك، فإن التطورات في التكامل الاقتصادي بين الدول يجعل من أي توجه نحو التعامل مع التجارة الخارجية بحاجة إلى علم في التسويق ومهارة في استخدام الوسائل والقنوات الالكترونية.
 - تتطور بيئة الأعمال في الاقتصاد الفلسطيني باتجاه الأعمال المنظمة الكبيرة (خاصة في مجالات العلاقات الدولية ونقل التكنولوجيا) ويحتاج ذلك إلى كفاءات خاصة في التسويق الرقمي.
 - تطورت البيئة الالكترونية بصورة متسارعة في المجتمع الفلسطيني مما يبشر بتسارع استخدامها في التجارة الالكترونية مما يؤدي إلى ظهور التحديات الحديثة أمام الأعمال الفلسطينية (العلاقات المركبة مع المستهلكين والمنافسة الحادة والحجم الضخم من البيانات)، الأمر الذي يجعلها بحاجة ماسة إلى مدراء تسويق على دراية وكفاءة خاصة بالاتجاهات الحديثة في التسويق الرقمي.

2- المتطلبات الأكاديمية للبرنامج:

- يتطلب الحصول على درجة البكالوريوس في إدارة التسويق الرقمي دراسة (132) ساعة معتمدة موزعة كما يلي:

متطلب جامعة:	17 ساعة
متطلب كلية:	18 ساعة
متطلب تخصص:	97 ساعة
إجباري:	67 ساعة
اختياري:	30 ساعة

• برنامج دراسي استرشادي لأربع سنوات:

نصح الطلاب باتباع البرنامج الاسترشادي التالي لتوزيع المساقات الأكاديمية على الفصول الثمانية (أربع سنوات أكاديمية):

الفصل	متطلب جامعة	متطلب كلية	تخصص إجباري	تخصص اختياري	المجموع
1	7	9	--	--	16
2	4	9	3	--	16
3	3	--	12	--	15
4	--	--	16	--	16
5	--	--	12	6	18
6	--	--	12	6	18
7	--	--	6	12	18
8	3	--	6	6	15
المجموع	17	18	67	30	132
النسبة المئوية*	%12.9	%13.7	%50.8	%22.7	%100

* هذه النسب تتفق مع تعليمات الهيئة الوطنية للاعتماد والجودة في التعليم العالي في فلسطين.

ونقترح أن تكون تفاصيل البرنامج الأكاديمي كما يلي: (مع مرونة عالية في المساقات الاختيارية)

الفصل	متطلبات جامعة	متطلبات كلية	متطلبات قسم إجبارية	متطلبات قسم اختياري	مجموع الساعات
1	لغة إنجليزية 1 لغة عربية مقدمة في الحاسوب	م. اقتصاد جزئي م. محاسبة 1 م. تسويق	--	--	16
2	لغة إنجليزية 2 مهارات القيادة والاتصال	م. اقتصاد كلي م. تمويل م. إدارة	م. إدارة سلسلة الإمداد والتوريد والنقل	--	16
3	فكر وحضارة أو تاريخ فلسطين	--	* محاسبة 2 * إحصاء للإدارة * قانون الأعمال * التسويق الرقمي	--	15
4	--	--	* أنظمة إدارة التوريد والمعلومات # * رياضيات للإدارة * سلوك المستهلك * نظرية الاقتصاد الكلي * إدارة التسويق	--	16
5	--	--	* اقتصاد قياسي * إدارة المخازن والمخزون * تسويق عالمي وثقافة المستهلك * استراتيجيات التواصل والوسائل الحديثة	* إدارة النوعية * تصميم وإدارة الموقع على الشبكة العنكبوتية وتطويره	18
6	--	--	* استراتيجيات المبيعات وإدارتها * إدارة العمليات * تحليل ومحتوى التسويق	* تكنولوجيا المعلومات وإدارة سلسلة التوريد * المتابعة الالكترونية وبيع التجزئة	18

		الرقمي *التجارة الالكترونية وقنوات التوزيع			
18	*الدعاية الرقمية *محاسبة التكاليف والتمويل *الاقتصاد الفلسطيني *إدارة النقل والإمداد الدولي	*أبحاث التسويق وتحليل البيانات *أنظمة البيانات	--	--	7
15	*استراتيجيات كسب الزبائن *تسويق استراتيجي	* إدارة أنظمة التجارة الالكترونية *تسويق الخدمات	--	فكر وحضارة أو تاريخ فلسطين	8
132	30	66	18	17	مجموع الساعات

*ملاحظات: يمكن اختيار مساقات اختيارية أخرى مع مراعاة نصائح المرشد والتسلسل الزمني للمساقات.

يمكن أن يدرس الطالب الفصول الصيفية وبالتالي ينهي البرنامج في أقل من أربع سنوات.

^ساعتان معتمدة. #4-ساعات معتمدة. +6 ساعات معتمدة.

قائمة مساقات متطلبات الجامعة (17 ساعة)

رقم المساق	اسم المساق	بالانجليزية	عدد الساعات	متطلب سابق
UR00101	مهارات اللغة العربية	Arabic Language Skills	3	بلا
UR00111	مهارات اللغة الانجليزية (1)	English Language Skills 1	3	بلا
UR00112	مهارات اللغة الانجليزية (2)	English Language Skills 2	3	UR00111
UR00121	فكر وحضارة	Civilization and Ideology	3	بلا
UR00122	تاريخ فلسطين	Palestine History	3	بلا
UR00131	مهارات الحاسوب	Introduction to Computers	1	بلا
UR00141	مهارات القيادة والاتصال	Leadership and Communication Skills	1	بلا
المجموع			17	

قائمة مساقات متطلبات الكلية (18 ساعة)

رقم المساق	اسم المساق	بالإنجليزية	عدد الساعات	متطلب سابق
BAEC121	م. اقتصاد جزئي	Principles of Microeconomics	3	بلا
BAEC122	م. اقتصاد كلي	Principles of Macroeconomics	3	BAEC121
BAAC121	م. محاسبة 1	Principles of Accounting 1	3	بلا
BAMG121	م. إدارة	Principles of Management	3	بلا
BAFN121	م. تمويل	Principles of Finance	3	بلا
BAMK121	م. تسويق	Principles of Marketing	3	بلا
المجموع			18	

• متطلبات التخصص:

يتكون البرنامج من ثلاثة أجزاء رئيسية: إدارة وتسويق وتسويق رقمي وبذلك يمكن تقسيم متطلبات التخصص الإجبارية إلى ثلاثة أقسام:

1- متطلبات في الإدارة والتخصصات المساندة ونقترح أن يكون عدد ساعات هذا الجزء 34 ساعة.

2- متطلبات التسويق التقليدي ونقترح أن يكون عدد ساعات هذا الجزء 15 ساعة.

3- متطلبات التسويق الرقمي ونقترح أن يكون عدد ساعات هذا الجزء 18 ساعة.

قائمة المساقات الإجبارية (67 ساعة)

أولاً: متطلبات إجبارية في الإدارة والتخصصات المساندة (34 ساعة)

الرقم	رقم المساق	عنوان المساق	عنوان المساق بالانجليزية	المتطلب السابق
1	BAAC122	مبادئ محاسبة 2	Principles of Accounting 2	BAAC121
2	BAST121	إحصاء للإدارة والأعمال	Statistics for Business	بلا
3	BAMT121	رياضيات للإدارة والأعمال	Mathematics for Business	بلا
4	BAEC232	نظرية الاقتصاد الكلي	Macroeconomic Theory	BAEC122
5	BASC131	مبادئ إدارة سلسلة الإمداد والتوريد والنقل	Principles of SCLM	بلا
6	BASC242	أنظمة إدارة التوريد والمعلومات [#]	Supply Chain Management Systems [#]	BASC131+ BAMG121
7	BALA231	قانون الأعمال	Business Law	--
8	BASC331	إدارة المخازن والمخزون	Warehouse and Inventory Management	BASC131
9	BAMG221	إدارة التسويق	Marketing Management	BAMK121+BAMG121
10	BASC335	إدارة العمليات	Operations Management	BAST121+ BAMT121
11	BAEC241	مقدمة في الاقتصاد القياسي	Introduction of Econometrics	BAEC222

[#]4 ساعات معتمدة.

ثانيا: متطلبات إجبارية في التسويق التقليدي (15 ساعة)

الرقم	رقم المساق	عنوان المساق	عنوان المساق بالانجليزية	المتطلب السابق
1	BAMK431	أبحاث التسويق وتحليل البيانات	Marketing Research and Data Analysis	BAST121 BAMT121 BAEC241
2	BAMK231	سلوك المستهلك	Consumer Behavior	BAEC122 BAMK121
3	BAMK331	تسويق عالمي وثقافة المستهلك	Global Marketing and Consumer Culture	BAMK231
4	BAMK341	استراتيجيات المبيعات وإدارتها	Sales Strategies and Management	BAMG221
5	BAMK421	تسويق الخدمات	Services Marketing	BAMK221

ثالثا: متطلبات إجبارية في التسويق الرقمي * (18 ساعة)

الرقم	رقم المساق	عنوان المساق	عنوان المساق بالانجليزية	المتطلب السابق
1	BAMK221	التسويق الرقمي	Digital Marketing	BAMK121
2	BAMK351	استراتيجيات التواصل والوسائل الحديثة	Communications Strategy and New Media	BAMK221
3	BAMK361	تحليل محتوى التسويق الرقمي	Digital Marketing Analytics and Content	BAMK221 BAMK223
4	BASC332	التجارة الالكترونية وقنوات التوزيع	Electronic Commerce and Distribution Channels	UR00131
5	IT	أنظمة البيانات	Database Systems	
6	IT	إدارة أنظمة التجارة الالكترونية	Managing E-Commerce Systems	

*يتم تصميم مساقات ال IT بالتشاور بين كلية الأعمال والإدارة وكلية تكنولوجيا المعلومات للتركيز على المجالات التطبيقية وأن لا يكون هناك حاجة لمتطلبات سابقة.

قائمة المسابقات الاختيارية (يختار الطالب بالتوافق مع مرشده 30 ساعة منها) وتقسم إلى قسمين:

الأول: (9 ساعات على الأقل) يختارها الطالب من بين المسابقات التالية*:

الرقم	رقم المساق	عنوان المساق	العنوان بالانجليزية	المتطلب السابق
1	BASC435	استراتيجيات كسب الزبائن	Winning Customer Strategies	BASC233 BAMK231
2	BAMK433	تسويق استراتيجي	Strategic Marketing	BAMK223
3	IT	تصميم وإدارة الموقع على الشبكة العنكبوتية وتطويره	Web Design, management and Development	None
4	IT	تطبيقات حاسوب متقدمة	Advanced Computer Applications	None
5	BAMK355	المتابعة الالكترونية وبيع التجزئة	E-tailing and Retailing	BASC332
6	BAMK455	الدعاية الرقمية	Digital Advertising	BAMK221

* يتم تصميم مسابقات ال IT بالتشاور بين كلية الأعمال والإدارة وكلية تكنولوجيا المعلومات للتركيز على المجالات التطبيقية وأن لا يكون هناك حاجة لمتطلبات سابقة.

الثاني: (21 ساعة على الأكثر) يختارها الطالب من بين القائمة التالية:

الرقم	رقم المساق	عنوان المساق	العنوان بالانجليزية	المتطلب السابق
1	BAAC231	محاسبة التكاليف والتمويل	Cost and Finance Accounting	BAAC122
2	BAAC232	محاسبة إدارية	Managerial Accounting	BAAC122
3	BAEC221	اقتصاد إداري	Managerial Economics	BAEC122
4	BAEC233	الاقتصاد الفلسطيني	Palestinian Economy	BAEC122
5	BAEC231	التجارة الدولية	International Trade	BAEC122
6	BAEC232	المالية الدولية	International Finance	BAEC122
7	BAEC241	اقتصاديات النقل	Transportation Economics	BAEC122
8	BAEC331	سياسات التجارة الدولية	International Trade Policies	BAEC122
9	BAEC333	النقود والبنوك	Money and Banking	BAEC122
10	BASC234	إدارة النوعية	Quality Management	BASC131
11	BASC235	إدارة وتطوير فرق تحسين النوعية.	Management and Developing Improving Quality Teams	BASC234
12	BASC333	إدارة النقل والإمداد الدولي	Global Logistics Management	BASC233
13	BASC334?	إدارة موارد بشرية	Human Resource Management	BAMG121
14	BASC336	تكنولوجيا المعلومات وإدارة سلسلة التوريد	IT and SCLM	BASC332
15	BASC337	استراتيجيات التسويق بين الدول	Transnational Marketing Strategies	BAMK121+ BASC233
16	BASC338	المشتريات دوليا واستراتيجيات الموارد	Global Procurement and Sourcing Strategies	BASC233
17	BASC433	إدارة مشاريع	Project Management	BASC131+ BAMG121
18	BASC436	نمذجة وتحليل عملية اتخاذ القرار.	Decision Making Modeling and Analysis	BASC335

BASC333	SCLM Risk and Compliance	مخاطر سلسلة الإمداد والامتثال	BASC437	19
BASC333	Management and Leading of Change	إدارة وصدارة التغيير	BASC438	20
	International Business Law	قانون أعمال دولي	BALA232	21
	Commercial Law	قانون تجاري		22
BASC333	Retail Logistics Services	خدمات النقل والإمداد لتجارة التجزئة.	BASC339	23
BAMT121	Financial Management	إدارة مالية	BAFN321	24
BAMG121	International Business	ادارة أعمال دولية	BAMG332	25

وصف المساقات

(مجموعة المساقات الجديدة الخاصة بالبرنامج)

• **BAMK221** مقدمة في التسويق الرقمي Introduction to Digital Marketing

متطلب سابق: BAMK121

يتناول المساق مبادئ وأساسيات التسويق الرقمي من خلال التعرف على آليات التسويق باستخدام وسائل التواصل الاجتماعي الحديثة.

• **BAMK331** تسويق عالمي وثقافة المستهلك Global Marketing and Consumer Culture

متطلب سابق: BAMK231

يغطي المساق آليات وقضايا التسويق العالمي عبر الدول مع التركيز على التباينات الثقافية والقانونية والاجتماعية والاقتصادية والسلوكية التي تؤثر في العملية التسويقية في البيئة الدولية.

• **BAMK341** استراتيجيات المبيعات وإدارتها Sales Strategies and Management

متطلب سابق: BAMG221

يغطي المساقات الاستراتيجيات المختلفة للمبيعات ويغطي القضايا الإدارية المتعلقة بالمبيعات بما في ذلك استراتيجيات التحاور والعلاقة مع الزبائن والوظائف المتقاطعة مع القضايا ذات العلاقة بالمبيعات واستراتيجيات تنظيم الموارد البشرية القائمة على المبيعات وأنظمتها. بالإضافة إلى آليات تطوير فرق البيع وبرامج تدريبها.

• **BAMK351** استراتيجيات التواصل والوسائل الحديثة Marketing Communications Strategy and

New Media

متطلب سابق: BAMK221

يتناول المساق بالدراسة والتحليل استراتيجيات التواصل الخاصة بالتسويق لمنظمات ومنشآت الأعمال. يتم التركيز هنا على التحديات المتعلقة بتطوير استراتيجيات تواصل فعالة باستخدام الوسائل الحديثة للتواصل الاجتماعي.

• **BAMK355** المتابعة الإلكترونية وبيع التجزئة E-tailing and Retailing

متطلب سابق: BASC332

يركز المساق على الآليات الحديثة في بيع التجزئة من خلال الوسائط الإلكترونية الحديثة ويشمل ذلك آليات الوصول إلى المستهلك والتعرف عليه والمؤسسات التي تسهل عملية وصول السلع من المنتج إلى المستهلك مروراً بكافة المراحل وخاصة قنوات التوزيع. ويعتبر موضوع هذا المساق جزءاً من موضوع التجارة الإلكترونية.

• **BAMK361** تحليل ومحتوى التسويق الرقمي Digital Marketing Analytics and Content

متطلب سابق: BAMK221 و BAMK223

يتناول هذا المساق تصميم استراتيجية المحتوى للخطة التسويقية وأجزائها وتحليل ذلك المحتوى بحيث يكتسب الطالب مهارة التعامل مع البيانات على مواقع التواصل المختلفة ومهارة ربط المستهدفين المختلفين بالمحتوى المناسب. سيركز المساق على التطبيقات العملية.

• **BAMK421** تسويق الخدمات Services Marketing

متطلب سابق: BAMK221

يتناول المساق طبيعة وخصائص قطاع تجارة الخدمات وما يميزه عن التجارة السلعية. ويتم التركيز على كيفية تكييف العملية التسويقية للمحافظة على الزبائن وبناء الانتماء. يشمل ذلك نماذج تسويق الخدمات مثل نموذج "سلسلة أرباح الخدمات" ونموذج "فجوة نوعية الخدمات".

• BAMK431 أبحاث التسويق وتحليل البيانات Marketing Research and Data Analysis

متطلب سابق: BAMT121 BAST121 BAEC241

التعرف على الطرق الكمية في تحليل البيانات وتطبيقها بشكل معمق على التسويق ويمكن أن يكون هذا المساق عبارة عن مشروع تخرج.

• BAMK433 تسويق استراتيجي Strategic Marketing

متطلب سابق: BAMK223

التعرف على أساسيات التسويق الاستراتيجي بما في ذلك التخطيط الاستراتيجي للتسويق بهدف التعرف على المزايا التنافسية للمنشأة أو المنظمة. ومن ثم اكتساب المهارة في تصميم وتقييم استراتيجيات التسويق.

• BAMK455 الدعاية الرقمية Digital Advertising

متطلب سابق: BAMK221

يغطي المساق مجموعة من المواضيع بدءا من تاريخ وتطور الدعاية الرقمية ومرورا بتشكيل الفرق لتخطيطها وتصميمها وانتهاء بالفحص والتقييم والتحسين. بالمحصلة سيتعلم الطالب كيفية بناء دعاية رقمية استراتيجية وديناميكية.

• IT999 أنظمة البيانات Database Systems

متطلب سابق: بلا

التعرف على أنظمة البيانات المختلفة وأنظمة إدارتها. وبذلك يكتسب الطالب مهارة استخدام أنظمة إدارة البيانات والتعامل مع البرامج المتاحة لاستخدامها في تخزين وتصنيف واسترجاع وتحليل البيانات.

• IT999 إدارة أنظمة التجارة الإلكترونية Managing E-Commerce Systems

متطلب سابق: بلا

التعرف على البرامج المتاحة في إدارة الأنظمة المختلفة للتجارة الإلكترونية، ومتابعة آخر التطورات فيها حيث أصبحت التجارة الإلكترونية ضرورة من ضرورات عالم الأعمال والتسويق بشكل خاص.

• IT999 تصميم وإدارة الموقع على الشبكة العنكبوتية وتطويره Web Design, management and

Development

يكتسب الطالب في هذا المساق مهارة التعامل مع مواقع الشبكة العنكبوتية وكيفية تصميمها وإدارتها وتطويرها.

متطلب سابق: بلا

• IT999 تطبيقات حاسوب متقدمة Advanced Computer Applications

متطلب سابق: بلا

يتعلم الطالب في هذا المساق استخدام آخر التطبيقات الحاسوبية وخاصة في مجال الأعمال والتسويق.

(مجموعة المساقات الأخرى من التخصصات المساندة)

• BASC131 مبادئ إدارة سلسلة الإمداد والتوريد والنقل (3 ساعات) Principles of SCLM

متطلب سابق: BAMG121

يعتبر هذا المساق مقدمة في موضوع سلسلة الإمداد والتوريد والنقل. فهو يعرف الطالب بأساسيات تصميم وتشغيل وضبط (أو التحكم ب) أنظمة النقل والإمداد. وهو تعريف بإدارة سلسلة الإمداد والتوريد والنقل من النواحي العملية والاستراتيجية. يغطي المساق العلاقات والتدفقات للمواد والمعلومات والموارد، بالمحصلة سيستنتج الطالب أن إدارة سلسلة الإمداد والتوريد والنقل تسهم في زيادة قيمة المنظمة وتعزيز كفاءتها وإرضاء الزبائن.

• BASC231 تحديد مصادر التوريد (3 ساعات) Supply Chain Sourcing

متطلب سابق: BASC131

يعرف هذا المساق على كيفية الوصول إلى مصادر المواد والخدمات التي تحتاجها المنظمة، محليا ودوليا، مع التركيز على تخطيط الطلبات وتنفيذها. يتم التركيز أيضا هنا على العلاقة بطلب الزبائن والعلاقة بإدارة المواد.

• BASC232 أنظمة إدارة التوريد والمعلومات (4 ساعات) Supply Chain Management Systems

متطلب سابق: BASC131 + BAMG121 + UR00131 + BAMS121

بالإضافة إلى تأهيل الطالب لإتقان أساسيات وتقنيات أنظمة المعلومات الإدارية (MIS) وتطبيقاتها في مختلف وظائف الإدارة، يركز المساق على تحليل أنظمة مثل: نظام تخطيط موارد الإنتاج (MRP) ونظام تخطيط موارد المؤسسة (المؤسسة (ERP) وتطبيق هذه الأنظمة على المخازن والإمداد والنقل.

• BALA231 قانون الأعمال (3 ساعات) Business Law

متطلب سابق: بلا

مقدمة في القانون عامة مع التركيز على القوانين والقواعد الناظمة لتأسيس الأعمال وتشغيلها وكل ما يتعلق بالعملية الإدارية.

• BAAC232 محاسبة التكاليف والتمويل (3 ساعات) Cost and Finance Accounting

متطلب سابق: BAAC121 و BAAC122 و BAFN121

يغطي المساق محاسبة التكاليف ويطلبها على تحديد تكاليف الطلبات وإعداد الموازنات والتدفق النقدي وتحليل المخاطر والقيمة الزمنية للنقود وإعداد موازنات رأس المال.

• BASC233 مناهج بحث علمي (3 ساعات) Research Methods

متطلب سابق: BAST121

يعمل هذا المساق على تطوير القدرات التحليلية والبحثية للطلاب في مجال الأعمال والإدارة من خلال تدريبهم على مناهج البحث المختلفة وعلى التعامل مع البيانات : تجميعا وتصنيفا وتخزينا وتحليلا وتوثيقا.

• BASC234 المشتريات وعلاقات المزودين (3 ساعات) Procurement and Supplier Relations

متطلب سابق: BASC131

يعلم هذا المساق الطلاب آليات واستراتيجيات متعددة مستخدمة في القطاعات الاقتصادية للقيام بعملية الشراء بما في ذلك عملية صنع القرارات واستدراج العروض أو العطاءات وعملية التفاوض واختيار المزودين.

• BASC235 إدارة النوعية (3 ساعات) Quality Management

متطلب سابق: BAEC121 و BADC121

يغطي المساق وبصورة شاملة عملية إدارة النوعية. ويشمل ذلك تقييم وجهات النظر المختلفة حول النوعية وفهم نظريات النوعية وتطبيقاتها ودمج عملية الإمداد المحلية والدولية مع المعايير الدولية للنوعية، وفهم عملية التخطيط الاستراتيجي للنوعية مركزين على أهمية الزبون في العملية وأهمية المستويات القياسية في تطوير تصميم النوعية، ويشمل أيضا كيفية تشكيل وإدارة فرق النوعية. بالإضافة إلى ذلك يتعلم الطالب وصف العمليات التطبيقية وإثبات فعالية أنظمة النوعية.

• BAEC231 اقتصاد إداري (3 ساعات) Managerial Economics

متطلب سابق: BAEC121 و BAEC122

يتناول هذا المساق نظريات الاسعار والأسواق في الاقتصاد الجزئي، وتشمل المواضيع سلوك المستهلك ونظرية المنشأة وهيكلية السوق (المنافسة الكاملة والاحتكار والمنافسة الاحتكارية واحتكار القلة) وأسواق عناصر الانتاج والتوازن العام.

• BADC331 إدارة المخازن والمخزون (3 ساعات) Warehouse and Inventory Management

متطلب سابق: BADC121 و BADC121

يتناول هذا المساق قضايا المخازن والمخزون المتعلقة بسلسلة الإمداد والنقل. مواضيع المساق تشمل مفاهيم المخزون المدارة من قبل الباعة (المزودين)، ونماذج الطلب والتنبؤ وأنظمة إدارة المخازن (WMS) وأنظمة إدارة النقل (TMS) وعملية التخطيط والبرمجة المتقدمة (APS)، وعمليات تتبع وضبط المواد مثل تشخيص موجات الراديو (RFID).

• BAEC232 نظرية الاقتصاد الكلي (3 ساعات) Macroeconomic Theory

متطلب سابق: BAEC121 و BAEC122

يتناول هذا المساق موضوعات الاقتصاد الكلي والتي تشمل قياس المؤشرات الاقتصادية الكلية المختلفة كالدخل والانتاج والقيمة المضافة والتضخم والبطالة ونظريات تحديد الدخل والنمو الاقتصادي والاستهلاك والاستثمار والنقود والبنوك والطلب الكلي والعرض الكلي ونظريات التوقعات والسياسات الاقتصادية (المالية والنقدية).

• BADC332 التجارة الالكترونية وقنوات التوزيع (3 ساعات) Electronic Commerce and Distribution Channels

متطلب سابق: UR00131 و BADC121

يطبق المساق اللوجستيات الالكترونية لاختيار قنوات التوزيع المثلى لتحقي ميزة تنافسية عالمية. يشمل ذلك الأدوات التي تخلق قيمة للعلاقات بين الزبائن وسلسلة الإمداد مثل مستويات القياس الإدارية وإدارة سلسلة الإمداد وأنظمة تجميع وتخزين البيانات وتنقيحها وإدارة دورة حياة المنتجات.

• BADC333 إدارة النقل والإمداد الدولي (3 ساعات) Global Logistics Management

متطلب سابق: BADC233

يغطي المساق عمليات النقل الدولي واستراتيجيات التوريد (المصادر) لتصدير واستيراد المواد والسلع النهائية وتوزيعها. ويغطي كذلك مواقع التجهيزات و(off shoring) للعمليات.

• BADC334 إدارة موارد بشرية (3 ساعات) Human Resource Management

متطلب سابق: BADC121

يتناول هذا المساق عمليات تحليل وإدارة احتياجات المنظمة من الموارد البشرية لضمان تحقيق أهدافها الاستراتيجية. ويهدف المساق إلى تعليم الطالب أنظمة النشاطات والاستراتيجيات المعتمدة لإنجاح عملية إدارة الموارد البشرية في جميع المستويات لتحقيق أهداف العملية الإدارية والانتاجية.

• **BASC335** إدارة العمليات (3 ساعات) **Operations Management**

متطلب سابق: BAST121+BAMT121+BAMG121

يتعلم الطالب في هذا المساق عمليات إدارة الموارد البشرية والمعلومات والتقنيات والمواد والتجهيزات اللازمة لغنتاج السلع والخدمات. المجالات التي يغطيها المساق تشمل تصميم وإدارة العمليات وشراء المواد الخام وضبط وصيانة والمحافظة على المخزون وإنتاج السلع والخدمات لتلبية توقعات الزبائن. النماذج الكمية ستستخدم في هذا المساق بصورة موسعة ويشمل ذلك البرمجة الخطية (في مواضيع النقل والمخزون) ونماذج رياضية أخرى تخص تلبية الطلبات.

• **BASC431** استراتيجيات سلسلة الإمداد (3 ساعات) **Supply Chain Strategies**

متطلب سابق: BASC335

يحلل المساق آليات تعظيم العلاقات ونتائج الأعمال بين سلسلة الإمداد والمزودين الناقلين بما يشمل استراتيجيات التفاوض لتحديد التكاليف والأسعار وعملية عرض السعر (Bidding) وعملية التعاقد.

• **BASC432** اتجاهات حديثة في إدارة الإمداد والتوريد والنقل (3 ساعات) **Emerging trends in SCLM**

متطلب سابق: BASC335

يتناول هذا المساق آخر التطورات الأكاديمية والعملية في مجال الإدارة عامة ومجال إدارة الإمداد والتوريد والنقل. بما في ذلك قيمة السلسلة ودورة الابتكار بدءاً من الإطار المفاهيمي للمنتج، والجودة الفنية ونفاصل التصميم مروراً بتحديد مصادر المواد وانتهاءً بالتسويق.

• **BASC433** إدارة مشاريع (3 ساعات) **Project Management**

متطلب سابق: BASC335

يعتبر هذا المساق دراسة لخصائص ووظائف إدارة المشاريع، تكوين الفريق والتسهيلات (التجهيزات). ويركز على تخطيط المشاريع ونطاقها وبرمجتها الزمنية والتحكم بالمشاريع من خلال الإنجاز. يعزز المساق ويبني على المفاهيم والنظريات المعلومات التي اكتسبها الطالب خلال برنامجه في كلية الأعمال، وبالتالي ينصح أن يدرس الطالب هذا المساق في آخر فصل له في البرنامج.

• **BAAC321** محاسبة إدارية (3 ساعات) **Managerial Accounting**

متطلب سابق: BAAC1 + BAAC2 + BAAD1

يتناول المساق أهداف المحاسبة وعلاقتها بالأعمال وإدارتها. كما ويستعرض النظريات المختلفة للمحاسبة الإدارية وتطبيقاتها. تشمل مواضيع المساق التكاليف وطرق تحديد تكاليف الإنتاج وتحليل البيانات والتحليل الاقتصادي وإعداد الموازنات والتحكم (الضبط) الإداري والمالي.

• **BAEC321** التجارة الدولية (3 ساعات) **International Trade**

متطلب سابق: BAEC231

يتناول المساق النظريات المختلفة في التجارة الدولية: التجاريون، الكلاسيكية، هيكشر-أوهلين ومشتقاتها وغيرها. ويتناول كذلك اختبارات نظريات التجارة الدولية، السياسات التجارية، الاتفاقات والمنظمات التجارية الدولية، التكتلات الاقتصادية المعاصرة، التجارة والنمو الاقتصادي.

● BAEC322 المالية الدولية (3 ساعات) International Finance

متطلب سابق: BAEC232

يتناول المساق نظريات ميزان المدفوعات علاقتها بالنتائج المحلي والدخل القومي وأنظمة سعر الصرف المختلفة. ويتناول أيضا دور المؤسسات النقدية الدولية، ودور السياسات الاقتصادية ووسياسات أسعار الصرف الأجنبي.

● BAEC323 سياسات التجارة الدولية (3 ساعات) International Trade Policies

متطلب سابق: BAEC232

يركز المساق على التعريفات الجمركية والأنظمة الدولية الضابطة للتجارة الدولية والنظام المالي الدولي وكذلك الأنظمة السياسية والقانونية الدولية. سيدر الطلاب السياسة التجارية الدولية من خلال دراسة الاتفاقات الدولية (منظمة التجارة الدولية) والإقليمية (النافتا والاتحاد الأوروبي والاتفاقية العربية للتجارة الحرة وغيرها).

● BAEC324 اقتصاديات النقل (3 ساعات) Transportation Economics

متطلب سابق: BAEC121 و BAEC122

يطبق هذا المساق أساسيات الاقتصاد الجزئي على قطاع النقل. فهو يطبق الاقتصاد الإداري على مجالات الإنتاج والتكاليف والطلب والتسعير والاستثمار والقوانين الحكومية في قطاع النقل.

● BAEC231 الاقتصاد الفلسطيني (3 ساعات) Palestinian Economy

متطلب سابق: BAEC121 و BAEC122

يتناول المساق مراحل تطور الاقتصاد الفلسطيني، وقطاعاته (الزراعة، الصناعة، الخدمات، البناء، السياحة، القطاع الحكومي)، ومجالات استخدامات الدخل: (الاستهلاك، الاستثمار، الإنفاق الحكومي، التجارة الخارجية)، وسوق العمل، والموازنة العامة والسياسات الاقتصادية ومشاكل الاقتصاد الفلسطيني المعاصرة .

● BAEC233 النقود والبنوك (3 ساعات) Money and Banking

متطلب سابق: BAEC121 و BAEC122

يتناول المساق نشأة ودور البنوك التجارية والمتخصصة وتعريف النقود والنظريات المفسرة لدورها في الاقتصاد والسياسات النقدية.

● BALA232 قانون الأعمال الدولية (3 ساعات) International Business Law

متطلب سابق: BALA231

يتناول المساق الإطار القانوني الذي يحكم المشاركة في الأعمال الدولية بما في ذلك القانون الدولي والعقود ومسؤوليات الناقلين وسياسات التجارة الدولية.

● BALA233 قانون تجاري (3 ساعات) Commercial Law

متطلب سابق: BALA231

يتناول هذا المساق القانون التجاري وأهم مميزاته ونظرية الأعمال التجارية وشروط اكتساب صفة التاجر والمحل التجاري وعناصره وفي القسم الثاني يتناول الشركات التجارية والاحكام العامة لها وشروطها الموضوعية والشكلية وانواع الشركات واخيرا حل الشركات وتصفيتها.

● **BASC336** تكنولوجيا المعلومات وإدارة سلسلة التوريد (3 ساعات) IT and SCLM

متطلب سابق: BASC242

يتم في هذا المساق التعرف على أهمية استغلال البيانات والمعلومات وتقاسمها (ومشاركتها) في إدارة سلسلة الإمداد. يبين المساق كيف أن استخدام البيانات في الوقت والتحليل المناسبين يؤدي إلى خفض حجم المخزون الاستراتيجي وتقليص زمن الصدارة وزمن الدورة وغيرها من جوانب الهدر في سلسلة الإمداد، وبالتالي تحسين الكفاءة والاستجابة. يعتمد هذا المساق بصورة مكثفة على البرامج الحاسوبية (Hard and Soft wares) وبالتحديد تقنيات المعلومات.

● **BASC337** استراتيجيات التسويق بين الدول (3 ساعات) Transnational Marketing Strategies

متطلب سابق: BASC232

يتناول المساق الاستراتيجيات التسويقية في البيئة التنافسية الدولية. يغطي المساق تكيف المنتجات للمتطلبات الدولية وسلوك المستهلك في بيئة متعددة الثقافات.

● **BASC338** المشتريات دوليا واستراتيجيات الموارد (3 ساعات) Global Procurement and Sourcing

Strategies

متطلب سابق: BASC232

التركيز في هذا المساق يكون على الخصائص الاقتصادية والخدمية للنقل الدولي ودور الحكومات ومتطلبات التوثيق للتصدير والاستيراد. كذلك يتناول المساق آليات التوزيع وطرق النقل الرئيسية: قدراتها وحدودها.

● **BASC435** استراتيجيات كسب الزبائن (3 ساعات) Winning Customer Strategies

متطلب سابق: BASC232

يعلم المساق الطلاب آليات وأدوات تطوير العلاقة بعيدة المدى بالزبائن واستدامتها. والهدف الوصول بالزبون ليكون المروج الجيد للمنتجات المنظمة.

● **BASC436** نمذجة وتحليل عملية اتخاذ القرار (3 ساعات) Decision Making Modeling and Analysis

متطلب سابق: BASC232 + BASC233 + BAMT121

مقدمة في تطبيق آليات علم الإدارة والأدوات الإحصائية على عملية اتخاذ القرارات الإدارية. ستعلم الطالب افتراضات والآليات الضرورية لتطبيق نماذج التعظيم (Optimization Models) والنماذج العلمية الأخرى لاتخاذ القرارات. يكون التركيز على آليات حل المشاكل والتي تشمل: التعريف بالمشكلة وتحليلها وتقييم الخيارات المتاحة وتطبيق وتقييم القرارات المتخذة لحلها.

● **BASC339** خدمات النقل والإمداد لتجارة التجزئة (3 ساعات) Retail Logistics Services

متطلب سابق: BASC131

سيتعلم الطالب في هذا المساق آليات وعمليات النقل والإمداد في بيئة تنافسية لتجارة التجزئة. ويطور المساق قدرات الطالب المهنية كمدير محتمل للنقل والإمداد في قطاع التجزئة.

• BASC235 إدارة وتطوير فرق تحسين النوعية (3 ساعات) Management and Developing Improving Quality Teams

متطلب سابق: BASC131

يتناول المساق آليات تشكيل فرق تحسين ومراقبة النوعية وبلديات إدارة هذه الفرق وقيادتها.

• BASC437 مخاطر سلسلة الإمداد والامتثال (3 ساعات) SCLM Risk and Compliance

متطلب سابق: BASC232

يتناول المساق عملية الالتزام بالقوانين الإجرائية على المستوى المحلي والمستوى العالمي. يفهم الطالب في هذا المساق تأثير المخاطر المرتبطة بمتطلبات القواعد الناظمة لعملية سلسلة الإمداد. ويشمل مواضيع مثل الامتثال التجاري والامتثال البيئي والأمان وعلاقتها بإدارة النقل والإمداد. يصبح الطالب بعد هذا المساق ذا مهارة في تطوير السياسات لضمان الامتثال خلال جميع مراحل السلسلة.

• BASC438 إدارة وصدارة التغيير (3 ساعات) Management and Leading of Change

متطلب سابق: BASC232

يتناول المساق تأثير التغييرات في القواعد التنظيمية ون خلال دراسة نماذج إدارة التغيير المختلفة. يتزود الطالب بأسس التهامل مع التغيير ويطور مهارات وآليات فاعلة لإحداث التغيير البناء في المنظمة وفي بيئة العمل أو التعامل مع التغيير حال حدوثه، ويطبق مفاهيم إدارية وتجارية لدراسة حالات حقيقية.

• BAAD331 إدارة مالية (3 ساعات) Financial Management

متطلب سابق: BAMG121+BAFN121+BAMT121

يتناول المساق الإدارة المالية للشركات ومشاكلها، العوائد والمخاطر، تقييم الأصول، هيكل رأس المال وتكلفته، توزيع الأرباح، الإندماج، فشل المشروعات وإعادة تنظيمها، المشتقات المالية (Derivative) الموازنات الرأسمالية، التأجير.

• BAAD332 إدارة أعمال دولية (3 ساعات) International Business

متطلب سابق: BAMG121

يتناول المساق المواضيع الرئيسية التي تتعلق بالأعمال الدولية وإدارتها. ويركز على الأنظمة السياسية والاقتصادية والقانونية والثقافية الدولية وتأثير التباين فيها على الأعمال الدولية. ويغطي المساق التجارة والاستثمار بين الدول مع التركيز على الاستثمار الأجنبي المباشر والتكامل الاقتصادي الإقليمي وترتيباته.

• BAMK231 سلوك المستهلك (3 ساعات) Consumer Behavior

متطلب سابق: BAMK121، BAEC122

سلوك الأفراد في السوق، النشاطات اليومية للمستهلكين، تأثير المسوقين على المستهلك وعلى العالم، أهمية الأبحاث في سلوكيات المستهلك والتخطيط التسويقي، نظريات سلوك المستهلك، حالت دراسية عن سلوك المستهلك، الخطوات التي يتبناها المستهلك في عملية الشراء .

• BAMK233 التواصل في التسويق (3 ساعات) Marketing Communication

متطلب سابق: BAMK121، BAEC122

يتناول المساق جميع الأدوات والآليات التي يتم استخدامها للتواصل مع السوق والتسويق. ويشمل الدعاية للإعلان والتسويق المباشر واختيار المسميات والتغليف والحضور الإلكتروني للشركة والمطبوعات وأنشطة العلاقات العامة والعروض المبيعات وتبني تمويل البرامج والمشاركة في المعارض وغيرها.

• **BAMK221** التسويق الرقمي (3 ساعات) **Digital Marketing**

متطلب سابق: BAMK121، BAEC122

يغطي المساق مواضيع التسويق من خلال الانترنت والموبايل ووسائل التواصل المختلفة وتحليل ظروف العمل عليها وتطوير الاستراتيجيات وتطبيقها: وتشمل استراتيجيات التسويق الإلكتروني وقواعد التسويق الإلكتروني وطرق التسويق الإلكتروني وأدواته، تكنولوجيا التسويق الإلكتروني، الإعلان عبر الانترنت، وسلوك المستهلك على الانترنت وغيرها.

4- احتياجات البرنامج

- من المتوقع أن يلتحق بالبرنامج في السنة الأولى 70 طالبا يقسمون على شعبتين بواقع 35 طالبا لكل شعبة.
- من المتوقع أن يزداد العدد كل سنة دراسية إلى أن يستقر عند 100 طالب في كل سنة دراسية. ونتوقع أن يكون الارتفاع في السنوات الثلاث اللاحقة بواقع 10 طلاب كل سنة، كما أنه من المتوقع أن تكون نسبة النجاح في المسابقات بين 80% و90% (متوسط 85%). وعند استخدام هذه الافتراضات نستطيع أن نتوقع أعداد الطلبة خلال السنوات الأولى من عمر البرنامج كما يلي:

السنة من عمر البرنامج	سنة أولى	سنة ثانية	سنة ثالثة	سنة رابعة	المجموع
الأولى: فصل أول	70	--	--	--	70
الأولى: فصل ثاني	70	--	--	--	70
الثانية: فصل أول	90	60	--	--	150
الثانية: فصل ثاني	90	60	--	--	150
الثالثة: فصل أول	90 + 14	76 + 9	51	--	240
الثالثة: فصل ثاني	104	85	51	--	240
الرابعة: فصل أول	100 + 16	88 + 13	72 + 8	43	340
الرابعة: فصل ثاني	116	101	80	*37	334
الخامسة: فصل أول	100 + 17	99 + 15	86 + 12	68 + 6	403
الخامسة: فصل ثاني	117	114	98	**63	392

* هذا هو العدد المتوقع لخريجي أول فوج اعتمادا على الافتراضات أعلاه، يضاف الفرق إلى طلاب سنة رابعة في السنة اللاحقة.

** هذا هو العدد المتوقع لخريجي الفوج الثاني، يضاف الفرق إلى طلاب سنة رابعة في السنة اللاحقة.

وإذا افترضنا أن عدد الطلاب للصف الواحد لطلاب سنة أولى يصل إلى 35 طالبا، وبمتوسط 25 طالبا لسنة ثانية وبتوسط 20 طالب لبقية السنوات، وأن متوسط عدد طلاب مساق الحاسوب لن يتجاوز 20 طالبا ومع الأخذ بعين الاعتبار متوسط عدد الساعات المعتمدة التي يدرسها الطالب في الفصل بحسب الخطة الاستراتيجية الواردة أعلاه، ومع افتراض أن عبء عضو هيئة التدريس هو 12 ساعة معتمدة في كل فصل، فإن احتياجات البرنامج من القاعات والأساتذة تكون كما يلي:

احتياجات البرنامج من القاعات الصفية وأعضاء هيئة التدريس

السنة من عمر البرنامج	عدد الطلاب	عدد الشعب الصفية	عدد اللقاءات الأسبوعية	عدد القاعات	عدد المدرسين	غرف الحاسوب* (المختبر)	ملاحظة
الأولى: فصل أول	70	2	36	1	3.25	0.2	رئيس القسم 9 ساعات
الأولى: فصل ثاني	70	2	32	1	3.92	0.2	1 مشرف مختبر
الثانية: فصل أول	150	5	75	2	6.5	0.5	
الثانية: فصل ثاني	150	5	75	2	6.5	0.5	
الثالثة: فصل أول	240	8	126	3.5	10.75	1.0	
الثالثة: فصل ثاني	240	8	123	3.5	11.5	1.5	2 مشرف مختبر
الرابعة: فصل أول	340	14	225	7	21	2.0	
الرابعة: فصل ثاني	340	14	220	7	20.6	2.0	
الخامسة: فصل أول	440	17	276	8	26.25	2.33	3 مشرف مختبر
الخامسة: فصل ثاني	440	17	271	8	25.83	2.33	
السادسة: فصل أول	500	21	312	9	29.25	2.33	
السابعة: فصل أول	500	21	330	9.5	30.75	2.33	
الثامنة: فصل أول	500	21	330	9.5	30.75	2.33	

*حسبت على أساس مساقات الحاسوب ومساقات التخصص التي تظهر حاجتها لاستخدام الحاسوب في اسمها. وتم الأخذ بعين الاعتبار حاجة الطلاب لأداء وظائفهم باستخدام الحاسوب ثم قسمنا عدد الساعات اللازمة أسبوعيا على إجمالي عدد الساعات المتاحة للغرفة الواحدة أسبوعيا (40 ساعة). فمثلا، في السنة الأولى في الفصل الأول هناك 4 شعب حاسوب، كل منها يلتقي ساعة واحدة في الأسبوع ويحتاج كل منها إلى ساعة أسبوعية أخرى. وبالتالي، فإن الحاجة تكون $40/8 = 0.2$ غرفة.

4-1 دراسة السوق

تتناول دراسة السوق في العادة العرض والطلب للخدمة أو السلعة المراد إنتاجها في الاقتصاد الوطني. وفي حالة مشروع الجامعة (الزيتونة) فإن دراسة العرض تتناول مؤسسات التعليم العالي القائمة في السوق الفلسطيني من حيث حجمها والبرامج (التخصصات) التي تعرضها وتوزيعها الجغرافي. أما الطلب فيتناول أعداد ونوعية الطلاب الذين يشكلون الفئة المستهدفة في برامج الجامعة وهم الذين يشكلون مشتري الخدمات الجامعية أي الطلبة المنتسبين في برامج الجامعة المختلفة. كما تتطلب دراسة السوق في هذه الحالة الإشارة إلى حاجة المجتمع للتخصصات التي تعرضها الجامعة وإمكانيات استيعاب الخريجين محليا وعربيا، وذلك لبيان جانب من الجدوى المجتمعية للجامعة، اقتصاديا واجتماعيا.

دراسة السوق لمشروع جامعة الزيتونة في فلسطين تم ضمن دراسة "الجدوى الاقتصادية لمشروع إنشاء جامعة الزيتونة للعلوم والتكنولوجيا في سلفيت- فلسطين". وقد كانت الدراسة أولية بمعنى لم تتناول تفاصيل الكليات والتخصصات. وتوصلت الدراسة إلى أن المشروع مجد اقتصاديا واجتماعيا وسياسيا.

وعند دراسة السوق فيما يخص برنامج أو تخصص من البرامج أو التخصصات فلا بد من التنويه إلى أن الدراسة ستبقى أولية كون الجامعة في مرحلة التأسيس.

برامج كلية الإدارة والأعمال

➤ تعرض كلية الإدارة والأعمال تخصصات حديثة غير معروضة من قبل الجامعات الفلسطينية القائمة:

- إدارة الموارد البشرية.
- إدارة سلسلة التوريد والإمداد والنقل.
- إدارة التسويق الرقمي.
- أعمال عالمية.
- أسواق ومنشآت مالية.

➤ وبالتالي ستنافس هذه البرامج التخصصات التقليدية في الإدارة والأعمال والتي تعرضها الجامعات القائمة: (إدارة الأعمال والتسويق والعلوم المالية والمصرفية).

➤ وتعتبر حداثة المواضيع ميزة هامة في تنافسية برامج الإدارة والأعمال في جامعة الزيتونة. من جهة أخرى، فإن الخطة التشغيلية للكلية تستهدف الوصول بعدد الطلاب في كل برنامج إلى 400 طالبا. أي أن العدد الإجمالي لطلاب الكلية في سنة اعتيادية (بعد السنة الرابعة وبعد تخريج الفوج الأول)

سيصل إلى 2000 طالب بواقع 500 طالب (تقريباً) في كل سنة دراسية. وهذا هو العدد الذي ستستقبله الكلية في كل سنة دراسية. ومن المتوقع أن تستطيع الجامعة استقطاب مثل هذا العدد بسهولة نسبية للأسباب التالية:

- حداثة التخصصات وتميزها بالتركيز على موضوعات الساعة في كل من التخصصات المعروضة على المستوى العالمي.
- الموقع المتوسط للجامعة في محافظة سلفيت الأمر الذي يوفر على الطلاب في تكاليف السفر والسكن مقارنة مع الجامعات الأخرى.
- توفر الأعداد الكافية من الطلاب الراغبين في التعليم العالي حيث أن البيانات الرسمية تفيد بما يلي:

○ تقدم لامتحان الثانوية العامة الفلسطينية في الضفة الغربية حوالي 37.8 ألف طالب في العام 2015 في جميع التخصصات.

○ بلغت نسبة النجاح في جميع الفروع 60.4% وهذا يعادل حوالي 23 ألف طالب.

○ التحق بالجامعات القائمة التقليدية للعام 2016/2015 حوالي 19 ألف طالب.

➤ من الجدير بالذكر هنا أن كليات الإدارة والاقتصاد في الجامعات الفلسطينية لا تعاني من أي مشكلة بخصوص أعداد الطلبة الراغبين بالالتحاق. ولا يوجد هناك ما يشير إلى أن جامعة الزيتونة ستعاني من قلة الطالبة الراغبين بالانتساب إلى كلية الإدارة والأعمال.

➤ أما بخصوص حاجة المجتمع الفلسطيني للتخصصات المعروضة من قبل كلية الإدارة والأعمال في جامعة الزيتونة، فتشير التطورات التي حققتها بيئة الأعمال الفلسطينية في العقد الأخيرين إلى الحاجة الملحة لمواضيع التركيز التي توفرها التخصصات الجديدة:

- فالانفتاح على التعامل المباشر مع الأعمال الدولية يتطلب كفاءات خاصة في الأعمال الدولية.
- التطورات التقنية الهامة التي اكتسبتها بيئة الأعمال الفلسطينية في مجالات الإدارة والتسويق تتطلب مهارات خاصة في استخدام الأنظمة المعلوماتية والإدارية والتجارة الإلكترونية وغيرها.
- تطور قطاع الأعمال الفلسطيني باتجاه منظمات الأعمال الكبيرة المساهمة العامة والخصوصية واعتمادها الاساليب الحديثة في الأعمال يتطلب التخصصات الدقيقة في إدارة الموارد البشرية والتسويق الرقمي والتجارة الإلكترونية.

- الانتشار الهائل الذي شهده القطاع المالي والمصرفي في الاقتصاد الفلسطيني يوفر فرصا كثيرة (أفقيا وعموديا) لخريجي كلية الإدارة والأعمال وبشكل خاص أولئك المتخصصين في الأسواق والمنشآت المالية.
- من جهة أخرى، فإن أسواق دول الخليج توفر فرصا مهمة للخريجين الفلسطينيين في الإدارة والأعمال وسيجد السوق الخليجي مزايا فريدة في خريجي الإدارة والأعمال في جامعة الزيتونة بسبب مواكبة هذه التخصصات للتطورات الدولية في هذه العلوم.