



توصيف مقررات التعليم المفتوح - برنامج المشروعات الصغيرة والمتوسطة

السنة الأولى:

الفصل الأول

1- مبادئ الإدارة /1/:

يهدف المقرر الى تزويد الطالب بمعلومات:

- أ- التعريف بمفهوم الإدارة وأهميتها وتبيان خصائصها ومسؤولياتها ومجالاتها.
- ب- التعريف بالمهارات التي يحتاجها إليها المدير وماهي الأدوار التي يقوم بها والأهمية النسبية لكل مهارة.
- ت- إعطاء الطالب نظرة شاملة عن تطور مدارس الفكر الإداري
- ث- تعريف الطالب بالمتغيرات البيئية ومدى تأثيرها على منظمات الأعمال.
- ج- تعريف الطالب بأنواع وملكيات منظمات الأعمال
- ح- تعريف الطالب بأنماط القيادة الإدارية
- خ- إعطاء الطالب فكرة شاملة عن اتخاذ القرارات الإدارية وأنواعها بالإضافة الى تعريفه بأنواع
- د- الحوافز ونظم التحفيز الملائمة

2- مبادئ المحاسبة/1/

يدرس مقرر مبادئ المحاسبة/1/ لطلاب السنة الأولى من العام الدراسي بمعدل ساعتين نظري. وذلك بهدف تعريف الطالب بالإطار النظري والتطبيقي للمحاسبة المالية في المنشآت الفردية التي تمارس نشاطاً تجارياً أو خدمياً، وإكسابه المهارات اللازمة، وتأهيله لكيفية المعالجة المحاسبية للعمليات المالية المختلفة التي تقوم بها المنشأة، بعد تحليلها بشكل سليم من خلال مراحل (خطوات) الدورة المحاسبية التي تمر بها البيانات. ويتم ذلك من خلال توضيح الجوانب النظرية بالأمثلة التوضيحية المحولة والأسئلة والتمارين غير المحولة.

عميد كلية الاقتصاد

أ.د. عبد الهادي الرفاعي

النائب العلمي لكلية الاقتصاد

أ.د. أيمن العشعوش

رئيس قسم إدارة الأعمال

أ.د. بسام زاهر

الموضوعات الرئيسية التي يغطيها المقرر:

(1) الإطار العام للمحاسبة المالية والقوائم المالية

(2) نظم القيد المحاسبي

(3) العمليات المالية للمنشأة

(4) قياس نتيجة الأعمال والمركز المالي

(5) الأخطاء المحاسبية والدفاتر المحاسبية المساعدة

الأهداف العامة للمقرر:

1. التعريف بالإطار النظري والتطبيقي للمحاسبة المالية في المنشآت الفردية التي تمارس نشاطاً تجارياً،

أو خدمياً.

2. تأهيل الطالب للقيام بالمعالجة المحاسبية للعمليات المالية المختلفة التي تقوم بها المنشأة عبر توفير

المعارف والمهارات اللازمة لتحليل تلك العمليات بشكل سليم وفق نظام القيد المزدوج.

3. فهم الدورة المحاسبية التي تمر بها البيانات.

4. التعريف بأنواع القوائم المالية وآلية إعدادها.

ويتم ذلك من خلال توضيح الجوانب النظرية بالأمثلة التوضيحية المحولة والأسئلة والتمارين غير المحولة.

3- مبادئ الإحصاء:

يهدف المقرر إلى تزويد الطالب بمعلومات حول استخدام الأسلوب العلمي في التعامل مع الظواهر الاقتصادية

بما في ذلك الأدوات والمقاييس الإحصائية تمثيلاً مع التطور السريع والمستمر في شكل المشروعات

الاقتصادية والتقدم العلمي والاستفادة من هذه الأدوات والمقاييس عن طريق كيفية عرض البيانات،

والمعلومات المتصلة بهذه الظواهر وتحليلها، واتخاذ القرارات السليمة، وتقييم هذه الظواهر، وكذلك تقييم

السياسات والإجراءات التي تصاحب المشروع الاقتصادي في تطوره لتحقيق النجاح والعمل على زيادة

الإنتاج.

يتضمن المقرر ما يلي:

- مراحل البحث الإحصائي وطرائقه

- مقاييس النزعة المركزية

- مقاييس التشتت

- الارتباط والسلاسل الزمنية

عميد كلية الاقتصاد

أ.د. عبد الهادي الرفاعي

النائب العلمي لكلية الاقتصاد

أ.د. أيمن العشعوش

رئيس قسم إدارة الأعمال

أ.د. بسام زاهر

4- مبادئ الاقتصاد:

يهدف المقرر إلى تزويد الطالب بمعلومات حول علم الاقتصاد فروع أهدافه ونظرياته، التعرف على قانون الطلب والعرض مروّنات الطلب والعرض توازن السوق، دراسة سلوك المستهلك وشروط توازنه دراسة سلوك المنتج وشروط توازنه، بالإضافة إلى دراسة الدخل القومي وطرق حسابه.

يتضمن المقرر المفردات التالية: تعريف علم الاقتصاد فروع أهدافه، المشكلة الاقتصادية، أنواع النظم الاقتصادية، الأفكار الاقتصادية، عناصر الإنتاج، قانون الطلب ومحدداته مروّنات الطلب، قانون العرض ومحدداته مروّنات العرض، توازن السوق، سلوك المستهلك توازن المستهلك المنفعة الكلية المنفعة الحدية، سلوك المنتج توازن المنتج الناتج الكلي الناتج المتوسط، الدخل القومي طرق حساب الدخل القومي طريقة الدخل طريقة الإنفاق طريقة القيمة المضافة.

5- مبادئ التسويق:

- يهدف المقرر إلى تزويد الطالب بمعلومات حول مفهوم وأهمية التسويق ومنافعه بالنسبة للمنظمات والأفراد والمجتمع، والتعرف على مراحل تطور الفكر التسويقي، وتوضيح أهمية وجود نظام معلومات تسويقي في المنظمات الإنتاجية والخدمية، جدوى الاعتماد على بحوث التسويق واستعراض عناصر المزيج التسويقي الأربعة للمنتجات السلعية (المنتج، السعر، الترويج، التوزيع)، وتضاف عناصر ثلاثة أخرى للخدمات (الناس، العمليات، الدليل المادي).

- يتضمن المقرر المفردات الآتية: مفهوم التسويق، تعريف التسويق، مراحل تطور الفكر التسويقي، البيئة التسويقية الداخلية والخارجية، نظام المعلومات التسويقية في المنظمات، العوامل التي أسهمت في تعزيز الاهتمام بنظام المعلومات التسويقية، مكونات نظام المعلومات التسويقية ومصادر بياناته، تعريف وأهمية بحوث التسويق وأهدافها، وظائف بحوث التسويق، أنواع ومجالات بحوث التسويق، أخلاقيات مهنة بحوث التسويق، خطوات إعداد البحوث التسويقية، عناصر المزيج التسويقي الأربعة للمنتجات السلعية (المنتج، السعر، الترويج، التوزيع)، أنواع المنتجات، أنواع السلع المادية، أنواع السلع الاستهلاكية، تعريف الخدمة، خصائص الخدمة، عناصر المزيج التسويقي للخدمة، دورة حياة المنتج، تعريف تسعير المنتج وأهميته، العوامل المؤثرة على قرارات التسعير الداخلية والخارجية، أهمية وأهداف ووظائف توزيع المنتجات،

عميد كلية الاقتصاد

أ.د. عبد الهادي الرفاعي

النائب العلمي لكلية الاقتصاد

أ.د. أيمن العشعوش

رئيس قسم إدارة الأعمال

أ.د. بسام زاهر

تعريف قنوات التوزيع، اختيار قنوات التوزيع، تعريف الاتصالات التسويقية وأهميتها وعناصرها،
تعريف الترويج، أهداف الترويج، عناصر المزيج الترويجي، عناصر المزيج الترويجي.

6- اللغة الأجنبية /1/:

Education، revise...but take brake-Daily life، parents، adult and children- How to
make decision – science and nature، chains webs and pyramids – they made our
world، genius and perspiration

الفصل الثاني

1- الرياضيات المالية والإدارية:

يهدف المقرر إلى تعريف الطالب بمعلومات حول أنواع الحسابات المالية، وتنمية مهارة الطالب على
كيفية تطبيق الحسابات المالية واستخداماتها، وحساب حصيللة الدفعات المالية الفورية والعادية وقيمتها الحالية،
وكيفية استهلاك القروض. بالإضافة لمفاهيم التأمين الاجتماعي والسندات الاستثمارية.
يتضمن المقرر المفردات الآتية: حصيللة المبالغ وفوائدها في حالة الفائدة البسيطة، حصيللة المبالغ
وفوائدها في حالة الفائدة المركبة، القيمة الحالية والخصم، تسوية الديون، حصيللة الدفعات الدورية المتساوية،
القيمة الحالية للدفعات الدورية المتساوية، القروض طويلة الأجل وطرق تسديدها، التأمين الاجتماعي
والاستهلاك المنظم، السندات الاستثمارية، تكلفة السندات، استهلاك السندات وطرق تسديدها.

2- مبادئ المحاسبة /2/:

يهدف هذا المقرر إلى تعريف الطالب بأنَّ القوائم المالية تعدّ بعد القيام بمرحلة (خطوة) جديدة، تفصل
بين مرحلة إعداد ميزان المراجعة ومرحلة إعداد القوائم المالية، وهي المسماة بمرحلة الجرد والتسويات
الجردية (العمليات المالية الداخلية). وهذه المرحلة تقوم بإدخال تعديلات على أرصدة الحسابات الدفترية حتّى
تصبح متطابقة مع الأرصدة الفعلية لعناصر القوائم المالية (المصروفات والإيرادات والأصول والخصوم)
عملاً بأساس الاستحقاق المحاسبي، وباستقلال الفترات المالية، وبمقابلة الإيرادات والمصروفات، ويتمّ ذلك من
خلال إجراء قيود التسوية في الدفاتر المحاسبية بتاريخ الجرد. ويتمّ ذلك من خلال توضيح الجوانب النظرية
بالأمثلة التوضيحية المحلولة والأسئلة والتمرينات غير المحلولة.

عميد كلية الاقتصاد

أ.د. عبد الهادي الرفاعي

النائب العلمي لكلية الاقتصاد

أ.د. أيمن العشعوش

رئيس قسم إدارة الأعمال

أ.د. بسام زاهر

3- مبادئ الإدارة /2/:

يهدف المقرر إلى تعريف الطالب بمراحل العملية الإدارية من تخطيط وتنظيم ورقابة وتوجيه، إذ يوضح له أنه في حالة غياب التخطيط فإن المدير سوف يعمل على مواجهة مشكلات غير متوقعة مما يجعل المشروع يعيش دائماً في حالة مواجهة المشكلات، وكيف أن التنظيم يحدد المهام والمسؤوليات والسلطة، وكيف يتم مراقبة الأداء وقياسه، وتوجيه العاملين لأداء أعمالهم بكفاءة وفاعلية، كذلك يهدف إلى تعليم الطالب ماهية المشروع وأنه عبارة عن نشاط مؤقت ينتج عنه مخرج دائم في حالة نجاحه، ومراحل دورة حياة المشروع، ويحدد رغبات أصحاب المصلحة فيه، كما يوضح للطالب أن المنظمات الناجحة هي تلك التي تتجح في بناء ثقافة تنظيمية قوية يحمل العاملون فيها قيم النجاح، وكيف يمكن تسويق منتجات المشروع والتعرف على الأسواق والمنافسين والاستراتيجيات التي يمكن اتباعها لنجاح العمل التسويقي، وأن تخطيط المنتجات تعد أول الخطوات المتعلقة بصياغة وتكوين استراتيجية العمليات، وكيفية إدارة التمويل والتخزين والشراء والموارد البشرية، وحل المشكلات التي قد تواجه المشروعات.

يتضمن المقرر المفردات الآتية: مراحل العملية الإدارية ووظائف المشروع، مفهوم المشروع الحديث ووظائفه، ثقافة المنظمة، الوظيفة التسويقية في المنظمات، تقسيم السوق، تخطيط المنتجات، إدارة عمليات الإنتاج، الوظيفة المالية، وظيفة الشراء والتخزين، وظيفة الموارد البشرية، البحوث والتطوير والعلاقات العامة، استراتيجيات ونماذج تحليل (استراتيجية عظمة السمكة لتحديد جذور المشكلات، التخطيط وفق نموذج استراتيجية OGSM، نموذج تحليل البيئة الداخلية والخارجية SWOT).

4- اللغة العربية/1/:

يهدف المقرر إلى تعريف الطالب بالموضوعات الآتية: أقسام الكلمة العربية، البناء والإعراب، المبنيات والمعربات، إعراب المثني، إعراب جمع المذكر السالم، إعراب جمع المؤنث السالم، إعراب الأسماء الخمسة، الاسم الممنوع من الصرف، الفعل المضارع المرفوع، المضارع المعتل الآخر، نصب الفعل المضارع، جزم الفعل المضارع، الأفعال الخمسة، أسلوب الشرط الجازم، أسلوب الشرط غير الجازم، الماضي والأمر والمضارع، الفعل الماضي، فعل الأمر، بناء الفعل المضارع، المبني للمعلوم والمبني للمجهول، الفاعل، نائب الفاعل، المبني من الأسماء، الضمير، أسماء الإشارة، الأسماء الموصولة، أسماء الاستفهام، أسلوب التعجب، أسلوب المدح والذم، الفعل الصحيح وأقسامه، الفعل المعتل وأقسامه، الاسم المنقوص والمقصور والممدود،

عميد كلية الاقتصاد

أ.د. عبد الهادي الرفاعي

النائب العلمي لكلية الاقتصاد

أ.د. أيمن العشعوش

رئيس قسم إدارة الأعمال

أ.د. بسام زاهر

الجامد والمشتق، المصادر، مصادر الأفعال الثلاثية، مصادر الأفعال الرباعية، مصادر الأفعال الخماسية والسادسية، اللام القمرية واللام الشمسية، همزة الوصل وهمزة القطع وهمزة المتوسطة وقواعدها.

5- أسس إدارة المشروعات الصغيرة والمتوسطة:

يهدف المقرر إلى تزويد الطالب بمعلومات حول أسس إدارة المشروعات الصغيرة والمتوسطة، والتعرف على مفهوم المشروعات الصغيرة والمتوسطة، وتوضيح أهميتها وخصائصها، واستعراض أوجه التشابه والاختلاف بين المشروعات الصغيرة والكبيرة، والتعرف على مجالات عملها، والتعرف على معايير تقييم ربحية المشروعات الصغيرة.

يتضمن المقرر المفردات الآتية: مفهوم المشروعات الصغيرة والمتوسطة، المشروعات الكبيرة، شراء مشروع صغير قائم، إنشاء مشروع صغير جديد، دورة حياة المشروع الصغير، معوقات المشروعات الصغيرة ومتطلبات نجاحها، دراسة الجدوى الاقتصادية والفنية للمشروعات الصغيرة، اختيار موقع المشروع الصغير، إدارة المشروع الصغير، دراسة السوق، التنبؤ بالطلب، الرقابة وتقويم الأداء في المشروعات الصغيرة.

6- المدخل إلى علم القانون:

يهدف المقرر إلى تزويد الطالب بمعلومات حول القانون المدني، والتعرف على مصطلحات ومواضيع تتعلق بالقانون، وتوضيح أهمية القانون في حياتنا اليومية من خلال تطبيقه على الوقائع والعلاقات، إن دراسة القانون من الدراسات الملحة في الوقت الحالي نظراً لصلته بكافة مجالات الحياة الاقتصادية والاجتماعية والسياسية.

يتضمن المقرر قسمين أساسيين: القسم الأول موضوع القانون والحق، بينما يتناول القسم الثاني مصادر الالتزام.

يتضمن المقرر المفردات الآتية: مفهوم القانون والحق، التعريف بالقانون، أقسام القانون وأنواع القواعد القانونية، مصادر القانون، تفسير القانون، نظرية الحق، وأقسام الحق، أركان الحق الأشخاص (الشخص الطبيعي والشخص الاعتباري) خصائص الشخصية القانونية (الحالة - الاسم - الأهلية - الذمة المالية)، مصادر الالتزام (المصادر الإدارية والمصادر غير الإدارية، مفهوم العقد وأركانه، آثار العقد، وانحلال العقد).

رئيس قسم إدارة الأعمال	النائب العلمي لكلية الاقتصاد	عميد كلية الاقتصاد
أ.د. بسام زاهر	أ.د. أيمن العشعوش	أ.د. عبد الهادي الرفاعي

الفصل الأول

1- محاسبة شركات الأشخاص:

يدرس مقرر محاسبة شركات الأشخاص لطلاب السنة الثانية في كلية الاقتصاد بمعدل ساعتين نظرية (أسبوعياً).

يهدف هذا المقرر إلى تزويد الطالب بالمعرفة النظرية والمهارات العملية المتعلقة بالمعالجة المحاسبية لشركات الأشخاص، وذلك من خلال دراسة تكوين هذه الشركات، وتوزيع الأرباح والخسائر بين الشركاء، والتغيرات التي تطرأ على رأس المال، وانضمام شريك جديد، وانفصال شريك، وإعادة التقدير، وصولاً إلى تصفية الشركة وإعداد الحسابات الختامية والقوائم المالية. يركز المقرر على التطبيق العملي للعمليات المحاسبية وفقاً للمعايير المهنية، مع تدريب الطالب على إعداد قيود اليومية، وحسابات المتاجرة والأرباح والخسائر، وحسابات الشركاء، والميزانية الختامية، إضافة إلى معالجة الحالات الخاصة مثل الشهرة، المخصصات، المؤونات، وفوائد الشركاء.

ويتم ذلك من خلال توضيح الجوانب النظرية بالأمثلة التوضيحية المحولة والأسئلة والتمارين غير المحولة.

2- إدارة الإنتاج والعمليات:

يهدف هذا المقرر إلى تعريف الطالب بأسس ومفاهيم إدارة الإنتاج والعمليات، وفهم القضايا الجوهرية المرتبطة بتحويل المدخلات (مواد، آلات، أيدي عاملة، معلومات) إلى مخرجات (سلع أو خدمات) بكفاءة وفعالية، ويركز المقرر على المنهجية العلمية (النظرية والتطبيقية) اللازمة لتخطيط وتنظيم ومراقبة العمليات الإنتاجية في كل من القطاعين السلي والخدمي، وذلك استجابة للتطورات الاقتصادية في دول العالم الثالث (الصناعة، الزراعة، الخدمات)، ويهدف المقرر إلى تمكين الطالب من وضع الخطط والبرامج الدقيقة للعمليات الإنتاجية.

يتضمن المقرر المفردات الآتية: نظم الإنتاج والعمليات، تصميم المنتجات، تنظيم إدارة الإنتاج والعمليات، نظرية الإنتاج، الإنتاج في الوقت المحدد كميزة تنافسية، تكاليف الإنتاج، التحليل

عميد كلية الاقتصاد

أ.د. عبد الهادي الرفاعي

النائب العلمي لكلية الاقتصاد

أ.د. أيمن العشعوش

رئيس قسم إدارة الأعمال

أ.د. بسام زاهر

الحديث للتكاليف، مفاهيم أخرى للتكاليف، توازن المشروع لجهة التوفيق الأمثل بين عناصر الإنتاج، البرمجة الخطية، أساليب تخطيط تشكيلة المنتجات، طرق تقدير حجم الطلب، تخطيط الطاقة الإنتاجية، شبكات الأعمال، جدول الإنتاج الرئيسي، الرقابة على الجودة.

3- إدارة الموارد البشرية:

يهدف المقرر إلى تزويد الطالب بمعلومات حول ماهية إدارة الموارد البشرية والتعرف على أهميتها البالغة في منظمات الأعمال، على اعتبار أن العنصر البشري هو العنصر الأكثر أهمية وفعالية اليوم.

يتضمن المقرر المفردات التالية: مفهوم إدارة الموارد البشرية، تعريف إدارة الموارد البشرية، التحول من إدارة الأفراد إلى إدارة الموارد البشرية، أوجه الاختلاف بين المدخل التقليدي لإدارة الأفراد و المدخل الاستراتيجي لإدارة الموارد البشرية، تخطيط الموارد البشرية، استقطاب الموارد البشرية، اختيار و تعيين الموارد البشرية، الأجور، الترقية، تدريب الموارد البشرية، الأمن الصناعي و دوره في حماية الموارد البشرية، مفهوم العلاقات الإنسانية، المفاهيم الخاطئة للعلاقات الإنسانية، الرضا الوظيفي، الرضا الوظيفي و الروح المعنوية، الرضا الوظيفي و مستوى الأداء، تقويم أداء العاملين، أهداف تقويم الأداء، أهمية تقويم أداء العاملين.

4- التحليل الجزئي:

يهدف المقرر إلى تزويد الطالب بالمفاهيم الأساسية لعلم الاقتصاد الجزئي، والتعرف على طبيعة المشكلة الاقتصادية المتمثلة في الندرة والاختيار، وفهم سلوك المستهلك والمنتج، وتحليل آليات السوق من خلال قوى العرض والطلب، بالإضافة إلى تنمية قدرة الطالب على تفسير الظواهر الاقتصادية واتخاذ القرارات الاقتصادية الرشيدة في ظل الموارد المحدودة.

يتضمن المقرر المفردات الآتية: مفهوم علم الاقتصاد وتعريفه، المشكلة الاقتصادية وعناصرها (الندرة، الاختيار، تكلفة الفرصة البديلة)، أنواع الاقتصاد (الإيجابي والمعياري)، الفرق بين الاقتصاد الجزئي والاقتصاد الكلي، الحاجات الإنسانية وخصائصها، الموارد الاقتصادية وأنواع السلع والخدمات، سلوك المستهلك، مفهوم المنفعة وأنواعها (الكلية والحدية)، قانون تناقص المنفعة الحدية، تعظيم المنفعة، نظرية منحنيات السواء، خصائص منحنيات السواء، خط الميزانية، توازن المستهلك، تأثير الدخل والأسعار على الاستهلاك، مفهوم السوق وأنواعه (المنافسة التامة،

رئيس قسم إدارة الأعمال	النائب العلمي لكلية الاقتصاد	عميد كلية الاقتصاد
أ.د. بسام زاهر	أ.د. أيمن العشعوش	أ.د. عبد الهادي الرفاعي

الاحتكار، المنافسة الاحتكارية، احتكار القلة)، نظرية الطلب، قانون الطلب، جدول ومنحنى الطلب، دالة الطلب، التغير في الطلب والتغير في الكمية المطلوبة، محددات الطلب، مرونة الطلب وأنواعها (السعرية، التقاطعية، الدخلية)، نظرية العرض، قانون العرض، منحني العرض، محددات العرض، ومرونة العرض بالإضافة الى تطبيقات وتمارين عملية.

5- المدخل إلى الحاسوب:

يهدف المقرر إلى تزويد الطالب بمعلومات حول برامج الجداول الإلكترونية Excel، والتعرف على تنظيم وترتيب البيانات من خلال هذه الجداول، وعرض الدوال المالية والرياضية والشرطية والمنطقية، وتحليل البيانات الإحصائية باستخدام Excel، كذلك التعرف على الأساسيات في برنامج قواعد البيانات Access، حيث سيتم إنشاء الجداول والعلاقات بين الجداول، وإنشاء الاستعلام والنماذج والتقارير في Access.

يتضمن المقرر المفردات الآتية: المفاهيم الأولية في Excel، الصيغ الحسابية وقوائم Excel، الدوال الرياضية، الدوال المالية، الدوال المنطقية، الدوال الشرطية، الدوال الإحصائية في Excel، أنواع قواعد البيانات، خطوات تصميم قاعدة البيانات، كائنات قاعدة البيانات Access، إنشاء الجداول والعلاقات في قاعدة البيانات Access، إنشاء الاستعلام في Access، الدوال في Access، إنشاء النماذج في Access، إنشاء التقارير في Access، الماكرو في Access.

6- المالية العامة:

يهدف المقرر إلى تزويد الطالب بمعلومات حول النفقات العامة والإيرادات العامة والموازنة العامة، والتعرف على مصطلحات ومواضيع تتعلق بالمالية العامة، وتوضيح أهمية المالية العامة في حياتنا اليومية من خلال تطبيقه على الوقائع، إن دراسة المالية العامة من الدراسات الملحة في الوقت الحالي نظراً لصلته بكافة مجالات الحياة الاقتصادية والاجتماعية. يتضمن المقرر ثلاثة أقسام:

- القسم الأول النفقات العامة.
- القسم الثاني: الإيرادات العامة.
- القسم الثالث: الموازنة العامة.

رئيس قسم إدارة الأعمال	النائب العلمي لكلية الاقتصاد	عميد كلية الاقتصاد
أ.د. بسام زاهر	أ.د. أيمن العشعوش	أ.د. عبد الهادي الرفاعي

يتضمن المقرر المفردات الآتية:

مفهوم النفقة العامة (عناصرها وضوابطها - قواعدها ومحدداتها)، الآثار الاقتصادية للنفقات العامة والإيرادات العامة، مفهوم الإيرادات العامة (الدومين - الرسوم - الضرائب - القروض العامة)، أنواع الضرائب وكيفية قياسها، التحصيل الضريبي، التهرب الضريبي، أنواع الدومين، أنواع القروض، مفهوم الموازنة العامة وكيفية إعدادها.

الفصل الثاني

1- محاسبة شركات الأموال:

يهدف مقرر محاسبة شركات الأموال خلال الفصل الدراسي الثاني من كل عام إلى إكساب طلاب السنة الثانية في برنامج إدارة المشروعات الصغيرة والمتوسطة من كلية الاقتصاد المعارف اللازمة الخاصة بالمبادئ المحاسبية والأصول النظرية والتطبيقية الخاصة بتكوين شركات الأموال (شركات المساهمة، شركات محدودة المسؤولية)، من خلال التعريف بشركات الأموال وخصائصها، ومفهوم رأس المال والتعريف بالسهم وخصائصه وأسعاره وأنواعه، ومن ثم المعالجة المحاسبية لتكوين شركات الأموال، ومشكلات الاكتتاب بأسهم الشركات، كذلك إعادة تنظيم الشركة وتعديل عقد الشراكة، لاسيما فيما يتعلق بزيادة رأس المال وتخفيضه، وأيضاً تعريف الطالب برأس المال المقترض (قرض السندات) من خلال تعريف السندات وخصائصها، وشروط إصدارها، والمعالجة المحاسبية لإصدار السندات والاكتتاب عليها، والمعالجة المحاسبية لفائدة السندات الصادرة بحالاتها المختلفة، ومن ثم تعريف الطالب برأس المال المكتسب لدى شركات الأموال، وقياس وتوزيع الأرباح في شركات الأموال، بعد ذلك تعريف الطالب بالحسابات الختامية والقوائم المالية في شركات الأموال، وأخيراً تعريف الطالب بإجراءات انقضاء شركات الأموال وتصفياتها.

2- النقود والمصارف:

يهدف المقرر إلى تزويد الطالب بمعلومات حول نشأة وتطور النقود، وظائف النقود، القواعد النقدية، النظريات النقدية، التضخم، نشأة وتطور المصارف، استخدامات وموارد أموال البنك والبنك المركزي

عميد كلية الاقتصاد

أ.د. عبد الهادي الرفاعي

النائب العلمي لكلية الاقتصاد

أ.د. أيمن العشعوش

رئيس قسم إدارة الأعمال

أ.د. بسام زاهر

3- تمويل المشروعات الصغيرة والمتوسطة:

يهدف المقرر إلى تزويد الطالب بمعلومات حول دور المشروعات الصغيرة والمتوسطة في التنمية الاقتصادية ومعرفة المصادر التمويلية الداخلية والخارجية الرسمية وغير الرسمية التي تعتمد عليها هذه المشروعات لإحداثها واستمرار نشاطها بالإضافة إلى أهم معوقات تمويل هذه المشروعات.

يتضمن المقرر المفردات التالية: مفهوم المشروعات الصغيرة والمتوسط، أهميتها، خصائصها، الهيكل التنظيمي للمشروعات، الجدوى الاقتصادية للمشروعات، العوامل المحددة لأنواع التمويل، مصادر التمويل الداخلية والخارجية من خلال القنوات الرسمية وغير الرسمية، بدائل التمويل الخارجي، التمويل عن طريق مؤسسات رأس المال ورأس مال المخاطر، معوقات المشروعات الصغيرة والمتوسطة وتحدياتها.

4- دراسات تجارية باللغة الأجنبية /2/:

Management (An Introduction to Management) – Financial Accounting – Recording Changes in Financial Position - Accounting for Merchandising Operation – Business Mathematics (Linear Equation – Applications of Linear Equation In Business – Systems Of Linear Equation Matrix – Derivative In Business Problems- The Integral Calculus In Business Problems).

5- القانون التجاري:

يهدف هذا المقرر إلى تعريف الطلاب بالمبادئ الأساسية للقانون التجاري، مع التركيز على:

مفهوم القانون التجاري وخصائصه

1. التاجر وصفته التجارية

2. الأعمال التجارية

3. العقود التجارية

4. الأوراق التجارية

الموضوعات الرئيسية التي يغطيها المقرر

1. القانون التجاري مفهومه ومصادره

2. الأعمال التجارية

3. التاجر

عميد كلية الاقتصاد

أ.د. عبد الهادي الرفاعي

النائب العلمي لكلية الاقتصاد

أ.د. أيمن العشعوش

رئيس قسم إدارة الأعمال

أ.د. بسام زاهر

4. المتجر
5. الصلح الواقى والإفلاس
6. الشركات
7. الأسناد التجارية

6- اللغة العربية/2/:

يهدف المقرر إلى تعريف الطالب بالموضوعات الآتية: المبتدأ والخبر، الأفعال الناقصة كان وأخواتها، أفعال المقاربة والرجاء والشروع، الأحرف المشبهة بالفعل وما يلحق بها، الفعل اللازم والمتعدي، المفعول به، المفعول لأجله، المفعول فيه، المفعول المطلق، الحال، التمييز، المنادى، الاستثناء، المجرورات، المجرور بحرف الجر، المضاف إليه، التوابع، النعت، التوكيد، البدل، العطف، الجمل التي لها محل من الإعراب، الجمل التي لا محل لها من الإعراب، المشتقات (اسم الفاعل، اسم المفعول، الصفة المشبهة، اسم التفضيل)، أسماء الزمان والمكان، اسم الآلة، العدد تذكيره وتأنينه، الهمزة المتطرفة، الألف اللينة، التاء المربوطة والتاء المبسوطة، وعلامات الترقيم.

السنة الثالثة:

الفصل الأول

1- إدارة الاستثمار في المشروعات الصغيرة والمتوسطة

يهدف المقرر إلى تزويد الطالب بالمعارف الأساسية المتعلقة بمفهوم الاستثمار وأهميته في النشاط الاقتصادي، والتعرف على أنواع الاستثمارات ومجالاتها المختلفة، وتوضيح أدوات الاستثمار وأساليبه، بالإضافة إلى تنمية قدرة الطالب على تحليل القرارات الاستثمارية وتقييم المشاريع باستخدام الأساليب العلمية، وفهم العلاقة بين العائد والمخاطرة، والتعرف على مفهوم التدفقات النقدية وأهميتها في اتخاذ القرار الاستثماري.

يتضمن المقرر المفردات الآتية: مفهوم الاستثمار وتعريفه، الفرق بين الاستثمار والمضاربة، أهمية الاستثمار في الاقتصاد، أهداف الاستثمار، عناصر القرار الاستثماري، العلاقة بين العائد والمخاطرة، مجالات الاستثمار (الاستثمار الحقيقي والاستثمار المالي، الاستثمار المحلي والدولي)، أدوات الاستثمار الحقيقي، أدوات الاستثمار المالي (الأسهم، السندات، الأوراق التجارية،

رئيس قسم إدارة الأعمال	النائب العلمي لكلية الاقتصاد	عميد كلية الاقتصاد
أ.د. بسام زاهر	أ.د. أيمن العشعوش	أ.د. عبد الهادي الرفاعي

شهادات الإيداع)، الأسواق المالية، خصائص الأدوات الاستثمارية، تحليل المخاطر الاستثمارية، التنوع الاستثماري، مفهوم التدفقات النقدية، أنواع التدفقات النقدية، أهمية التدفقات النقدية في تقييم المشاريع، طرق حساب التدفقات النقدية قبل وبعد الضريبة، مفهوم القيمة الزمنية للنقود، أساليب تقييم المشاريع الاستثمارية (فترة الاسترداد، صافي القيمة الحالية، معدل العائد الداخلي)، اتخاذ القرار الاستثماري، والعوامل المؤثرة في اختيار البدائل الاستثمارية.

2- دراسة الجدوى الاقتصادية للمشروعات الصغيرة والمتوسطة:

الأهداف العامة للمقرر:

1) إكساب وتعريف الطلبة بالعديد من المفاهيم النظرية والمهارات التطبيقية العملية اللازمة والمتعلقة بالاستخدام الأمثل للموارد الاستثمارية المتاحة وتوظيفها في مشاريع استثمارية ذات جدوى اقتصادية واجتماعية.

2) التعرف على المتغيرات الاقتصادية والمالية والإدارية والفنية اللازمة وصولاً لاتخاذ قرار اقتصادي عقلاني يبرر الإقدام أو الإحجام عن القيام بالمشروع موضوع البحث والدراسة.

3) معرفة أهمية دراسات الجدوى من جوانبها المتعددة كدراسة السوق والتنبؤ بالطلب، والدراسة المالية ومعاييرها المتعددة، وأساسيات الدراسة الفنية التي تنعكس سلباً أو إيجاباً على تكلفة المشروع.

4) تقديم مشروع دراسة جدوى أولية لمشروع افتراضي.

5) القدرة على تحليل وقراءة دراسة جدوى مقدمة للطالب للحكم على مدى صلاحيتها مخرجات التعلم المستهدفة.

محتويات المقرر:

مفهوم دراسات الجدوى الاقتصادية وتقييم المشروعات — دورة حياة المشروع والفرص الاستثمارية — الجدوى التسويقية وأساليب التنبؤ — الجدوى الفنية والهندسية — دراسة التكاليف الاستثمارية — الجدوى التمويلية ومصادر التمويل — التدفقات النقدية للمشروعات — معايير تقييم المشروعات الاستثمارية — معيار نقطة التعادل — معيار فترة الاسترداد ومعدل العائد على الاستثمارات الكلية — معيار صافي القيمة الحالية للتدفقات النقدية ومعدل

عميد كلية الاقتصاد

أ.د. عبد الهادي الرفاعي

النائب العلمي لكلية الاقتصاد

أ.د. أيمن العشعوش

رئيس قسم إدارة الأعمال

أ.د. بسام زاهر

العائد الداخلي – معيار دليل الربحية ونسبة المنافع إلى التكاليف ومعايير أخرى – تقييم المشروعات في حالة عدم التأكد – تحليل الحساسية – دراسة الجدوى القومية والاجتماعية.

3- نظم معلومات إدارية:

يهدف مقرر نظم المعلومات الإدارية إلى تزويد الطالب بمعلومات حول ماهية النظام، ومكوناته وخصائصه، والعلاقة بين البيانات والمعلومات، وكيفية تحويل البيانات الى معلومات. بالإضافة إلى تعريف الطالب بماهية نظام المعلومات ومداخله المعاصرة وعلاقته بالمستويات الإدارية المختلفة في المنظمة. كما يهدف المقرر إلى تعريف الطالب بأنواع نظم المعلومات: الإدارية والمالية والتسويقية والموارد البشرية ونظم دعم القرار والنظم الخبيرة، من حيث الخصائص والمكونات والمجالات التطبيقية والعملية، فضلاً عن تزويد الطالب بمعرفة حول تنظيم الملفات وقواعد البيانات وتحليل وتصميم النظم، والخرائط المستخدمة في ذلك (خرائط التدفق، خرائط النظم، خرائط الإجراءات)، وبماهية العلاقة بين الرقابة وأمن المعلومات.

يتضمن المقرر المفردات الآتية: مفهوم النظام، مفاهيم وأساسيات المعلومات، نظام المعلومات، تنظيم الملفات وقواعد البيانات، نظم المعلومات الإدارية، نظم دعم القرار، النظم الخبيرة، نظم المعلومات المالية، نظم المعلومات التسويقية، نظم معلومات الموارد البشرية، نظم معلومات الإنتاج، تحليل وتصميم النظم، رقابة وأمن نظم المعلومات.

4- تسويق المنتجات في المشروعات الصغيرة والمتوسطة:

الموضوعات الرئيسة التي يغطيها المقرر

1. مفهوم المنتجات وطبيعتها
2. مزيج المنتجات – المفهوم والأبعاد والقرارات الأساسية
3. دورة حياة المنتج
4. تخطيط برامج المنتجات الجديدة
5. تطوير المنتجات الجديدة
6. تسعير المنتجات الجديدة
7. اختبار السوق
8. التقديم النهائي للمنتجات الجديدة

عميد كلية الاقتصاد

أ.د. عبد الهادي الرفاعي

النائب العلمي لكلية الاقتصاد

أ.د. أيمن العشعوش

رئيس قسم إدارة الأعمال

أ.د. بسام زاهر

9. تبني المنتجات الجديدة

10. التوزيع المادي للمنتجات الجديدة

11. تقويم الأداء التسويقي للمنتجات

12. جودة المنتج

5- محاسبة إدارية:

يركز هذا المقرر على دعم الجانب المهني للطالب في مجالات استخدام المحاسبة الإدارية في التخطيط، والرقابة ومتابعة وتقييم الأداء، وحل المشاكل العملية بالمنشآت واتخاذ القرارات، وتعزيز القدرة التنافسية للشركة في ظل التطورات البيئية المعاصرة، وكيفية استخدام النماذج والأساليب الحديثة في المحاسبة الإدارية.

الموضوعات الرئيسية التي يغطيها المقرر:

1- مفاهيم وأهداف المحاسبة الإدارية

2- تحليل سلوك عناصر التكاليف وترشيد القرارات.

3- تحليل العلاقة بين التكلفة والحجم والربح

4- مفهوم اتخاذ القرار وتحليل التكلفة لأغراضه

5- الاتجاهات المعاصرة والمتقدمة في المحاسبة الإدارية

6- الموازنات التخطيطية والرأسمالية

6- إدارة التسويق:

يهدف المقرر إلى تزويد الطالب بالمعارف الأساسية المتعلقة بمفهوم التسويق وإدارة التسويق، والتعرف على الوظائف التسويقية الرئيسية ودور إدارة التسويق في تخطيط وتنظيم وتوجيه ورقابة الأنشطة التسويقية بما يحقق عملية التبادل بكفاءة وفعالية. كما يهدف المقرر إلى توضيح أهمية تكامل عناصر المزيج التسويقي المتمثلة في المنتج والسعر والمكان والترويج، وبيان علاقة إدارة التسويق بالإدارات الأخرى داخل المنظمة، والتعرف على نظام المعلومات التسويقية ودوره في دعم القرارات التسويقية. ويتناول المقرر كذلك تخطيط المبيعات والتنبؤ بها، والتخطيط الاستراتيجي التسويقي، واستراتيجيات التعامل مع المنافسة، إضافة إلى دراسة سياسات المنتج والتسعير والتوزيع والترويج.

عميد كلية الاقتصاد

أ.د. عبد الهادي الرفاعي

النائب العلمي لكلية الاقتصاد

أ.د. أيمن العشعوش

رئيس قسم إدارة الأعمال

أ.د. بسام زاهر

يتضمن المقرر المفردات الآتية: مفهوم التسويق، الوظائف التسويقية، مفهوم إدارة التسويق، تخطيط التسويق، التنظيم التسويقي، التنظيم الوظيفي، التنظيم حسب المنتجات، التنظيم الجغرافي، التنظيم حسب العملاء، التوجيه التسويقي، الرقابة التسويقية، علاقة إدارة التسويق بالإدارة العليا والإنتاج والهندسة والمالية والمشتريات والأفراد، أوجه التعارض بين إدارة التسويق والإدارات الأخرى، نظام المعلومات التسويقية، خصائص نظام المعلومات التسويقية، الحاجة إلى نظام المعلومات التسويقية، مكونات نظام المعلومات التسويقية، التنبؤ بالمبيعات، السوق المرتقبة والمبيعات المرتقبة، التخطيط الاستراتيجي التسويقي، استراتيجيات المنافسة، المنتجات الجديدة وأهميتها، مراحل تنمية المنتجات الجديدة، تبني وانتشار المنتجات الجديدة، مفهوم المنتج ومستوياته، مزيج المنتجات وخط المنتجات، استراتيجيات مزيج المنتجات، دورة حياة المنتج، استراتيجيات دورة حياة المنتج، تمييز المنتج، سياسات التسعير، الخصومات، قنوات التوزيع، تصميم منفذ التوزيع، الإعلان، تنشيط المبيعات، وعناصر المزيج الترويجي.

الفصل الثاني

1- إدارة خدمة العملاء:

يعرف هذا المقرر الطالب بماهية إدارة خدمة العملاء وأهميتها، ويطلع على الأنماط المختلفة للعملاء وطرق التعامل معها كما يوفر له الاطلاع على النظريات الحديثة في خدمة العملاء، كما يتعرف الطالب على مفاهيم إدارة توقعات العملاء، وإدارة الشكاوى، والجودة في خدمة العملاء، إضافة إلى امتلاك مجموعة من المهارات ليكون مقدم خدمة ناجح.

الموضوعات الرئيسية التي يغطيها المقرر

- (1) ماهية إدارة خدمة العملاء
- (2) العملاء (أنماطهم وطرق التعامل معهم)
- (3) النظريات الحديثة في خدمة العملاء
- (4) المحاور الأساسية لإدارة خدمة العملاء
- (5) المهارات اللازمة لمقدم الخدمة الناجح

رئيس قسم إدارة الأعمال	النائب العلمي لكلية الاقتصاد	عميد كلية الاقتصاد
أ.د. بسام زاهر	أ.د. أيمن العشعوش	أ.د. عبد الهادي الرفاعي

2- تطبيقات الحاسوب في الإدارة:

Information Systems and Applications in Business (Information Systems in Business Management- Computer Applications in Business Industry- Data Communication Software and Hardware)، Teach Yourself Basic Language (The Computer Program- Basic Language- Elements of Basic Program- Basic Expressions- Input Statements- The Print Statements- More about Printing Statement- Control Statements).

3- التحليل الاقتصادي الكلي:

يعرف هذا المقرر الطالب بالمفاهيم الأساسية المستخدمة في التحليل الاقتصادي الكلي، نظريات التحليل الاقتصادي، دالة الاستثمار والادخار والاستهلاك، الكفاية الحدية لرأس المال، التوازنات الاقتصادية والسياسة المالية والنقدية.

4- السلوك التنظيمي:

يعرف هذا المقرر الطالب بماهية السلوك التنظيمي ولنظريات القديمة والحديثة للسلوك التنظيمي ومحددات السلوك التنظيمي والإدراك والاتجاهات والثقافة.

5- إدارة المبيعات:

يعرف هذا المقرر الطالب بالمفاهيم الأساسية لإدارة المبيعات، وشرح وفهم أبعادها كاستراتيجية تؤثر في أداء منظمات الأعمال، وتحقيق القيمة المتوقعة من خلال التخطيط والتنظيم والتوجيه الفعال للنشاط البيعي، كما يسعى لتطوير قدراتهم في تصميم وتنفيذ استراتيجيات البيع الشخصي وتحديد وتطوير القوى البيعية من خلال تطبيق أحدث التقنيات في التدريب والتحفيز والتقييم والتطوير المستمر، مع تعزيز مهارات التنبؤ بالمبيعات وإعداد موازنات المبيعات، إضافةً لذلك يعزز قدرة الطالب على قياس وتحليل أداء قوى البيع واستخدام النتائج في اتخاذ قرارات لتحسين الكفاءة والفعالية.

الموضوعات الرئيسة التي يغطيها المقرر

(1) مدخل إلى إدارة المبيعات

(2) تخطيط المبيعات

(3) تنظيم المبيعات

(4) تصميم واختيار النقاط البيعية

عميد كلية الاقتصاد

أ.د. عبد الهادي الرفاعي

النائب العلمي لكلية الاقتصاد

أ.د. أيمن العشعوش

رئيس قسم إدارة الأعمال

أ.د. بسام زاهر

- (5) إدارة النقاط البيعية
- (6) القوى البيعية
- (7) إدارة القوى البيعية
- (8) تدريب القوى البيعية
- (9) تحفيز القوى البيعية
- (10) تقييم أداء القوى البيعية
- (11) البيع الشخصي
- (12) تنشيط المبيعات
- (13) التنبؤ بالمبيعات
- (14) ميزانية المبيعات

6- الإدارة المالية:

يهدف المقرر الى تزويد الطالب بمعلومات حول مدخل الى الإدارة المالية وتطورها إضافة الى تطور وظائف المدير المالي في المنشأة، وأهداف الإدارة المالية، واستعراض أهمية التقويم المالي للاستثمارات الجديدة.

يتضمن المقرر المفردات التالية : تطور الإدارة المالية ، علاقة الإدارة المالية ببعض الإدارات الأخرى ، تطور دور وظائف المدير المالي ، أهداف الإدارة المالية ، معلومات محاسبية وحسابات ختامية ، مفهوم التحليل المالي ، أساليب التحليل المالي ، النسب المالية ، أنواع النسب المالية ، التخطيط المالي ، الموازنة النقدية ، تحليل التعادل ، معدل العائد على الاستثمار ، أنواع المخاطر ، محفظة الاستثمارات ، التقويم المالي للاستثمارات الجديدة ، تكلفة راس المال بما فيها تكلفة الأسهم العادية والممتازة وتكلفة الاقتراض .

عميد كلية الاقتصاد

أ.د. عبد الهادي الرفاعي

النائب العلمي لكلية الاقتصاد

أ.د. أيمن العشعوش

رئيس قسم إدارة الأعمال

أ.د. بسام زاهر

الفصل الأول

1- تحليل أخطار التمويل والاستثمار:

الموضوعات الرئيسة التي يغطيها المقرر:

أسواق المال – سوق الأوراق المالية – البورصة – النظرية الحديثة لإدارة محفظة الأوراق المالية والتحليل الاستثماري – حساب العائد والمخاطر لمحفظة الأوراق المالية- تحديد المحفظة المثلى للأوراق المالية – الأدوات المستخدمة في تحديد المنحنى الكفاء حالة السماح بالبيع القصير – الأدوات المستخدمة في تحديد المنحنى الكفاء حالة عدم السماح بالبيع القصير – هيكل الارتباط بين عوائد الأوراق نموذج المؤشر الواحد – طريقة المربعات الصغرى وتقدير β_i ، بعض الخصائص الخاصة بنموذج المؤشر الواحد، هيكل الارتباط بين عوائد نماذج المؤشرات المتعددة، هيكل الارتباط بين عوائد الأوراق المالية قراءة سريعة لمجموعة أخرى من النماذج، طرق مبسطة لحساب المنحنى الكفاء حالة السماح بالإقراض والاقتراض مع عدم السماح بالمتاجرة بأوراق الغير، حالة السماح بالمتاجرة بأوراق الغير، نموذج تسعير الأصل الرأسمالي.

2- سلوك المستهلك:

يهدف هذا المقرر إلى تزويد الطالب بمعلومات غنية وتجارب وأمثلة حول ماهية سلوك المستهلك، والتعرف على علاقة هذا السلوك بعملية الشراء، وتوضيح أهمية دراسة شخصية المستهلك وثقافته وربطها بسلوكه، بالإضافة إلى التعرف على العلاقة بين المزيج التسويقي ودراسة سلوك المستهلك، لاستهداف هذا المستهلك بطريقة علمية ينتج عنها ممارسة سلوك شرائي نهائي.

يتضمن المقرر المفردات الآتية: مقدمة في سلوك المستهلك، حاجات المستهلك، دوافع المستهلك، دراسة عملية الشراء، الإدراك وسلوك المستهلك، التعلم وسلوك المستهلك، الشخصية وسلوك المستهلك، الاتجاهات وسلوك المستهلك، الثقافة وسلوك المستهلك، تأثير الموقف في سلوك المستهلك، خصائص المنتج وسلوك المستهلك، المزيج التسويقي وسلوك المستهلك، تصميم الموقع التنافسي للمنتج، نشر الابتكارات السلعية وسلوك المستهلك.

عميد كلية الاقتصاد

أ.د. عبد الهادي الرفاعي

النائب العلمي لكلية الاقتصاد

أ.د. أيمن العشعوش

رئيس قسم إدارة الأعمال

أ.د. بسام زاهر

3- محاسبة التكاليف:

يُعرف المقرر الطالب في السنة الرابعة الفصل الدراسي الأول اختصاص المشاريع الصغيرة والمتوسطة في برنامج التعليم المفتوح من كلية الاقتصاد بنظريات التكاليف الكلية والمتغيرة تمهيداً لاستخدامها في تطبيقات التسعير واتخاذ القرارات وبأنظمة التكاليف الفعلية (نظام تكاليف الأوامر ونظام تكاليف المراحل الإنتاجية) تمهيداً للانتقال لتطبيقات محاسبة التكاليف في مساعدة الإدارة بوظائفها الإدارية المختلفة من تخطيط ورقابة وتقييم أداء.

يتم تعريفه بوظيفة اتخاذ القرار من خلال تطبيقات اتخاذ قرار التسعير كما يتم تعريفه بوظيفة الرقابة على عناصر التكاليف (المواد، الأجور، المصاريف الإضافية) من خلال المعايير والموازنات التخطيطية الثابتة والمرنة.

4- الإعلان والترويج:

يهدف هذا المقرر إلى تزويد الطالب بمعلومات غنية حول الإعلان وماهيته باعتباره من أهم عناصر المزيج الترويجي، بالإضافة إلى دراسة العلاقة بين الإعلان وبقية عناصر المزيج التسويقي، والتعرف على علاقة الإعلان بالسلوك الشرائي، وتوضيح أهمية دراسة إدارة الإعلان بطريقة علمية ممنهجة، ودورها في تحقيق الربط الفعال مع بقية عناصر نظام الاتصالات التسويقية.

يتضمن المقرر المفردات الآتية: التسويق والترويج، الاتصالات التسويقية، مفهوم وطبيعة الإعلان، أهمية الإعلان، وسائل تنشيط المبيعات، الإعلان والسلوك الشرائي، إدارة الإعلان، وكالات الإعلان، تصميم وإخراج الإعلان، وسائل نشر الإعلان، تخطيط الحملة الإعلانية، تقييم فعالية الإعلان، ميزانية الإعلان، بحوث الإعلان.

5- التحليل المالي:

يمكن هذا المقرر الطلاب من دراسة وتحليل القوائم المالية بعد تبويبها باستخدام الطرق والأدوات وذلك بهدف اشتقاق مجموعة من المؤشرات التي تساعد على دراسة وضع المنشأة من الناحية التشغيلية والتمويلية والاستثمارية وتقييم الأداء، وكذلك تقديم المعلومات اللازمة للمهتمين من أجل اتخاذ القرارات الإدارية ودراسة النماذج القياسية للتنبؤ بالفشل والإعسار المالي، بالإضافة لعرض أهم الأفكار الحديثة من خلال عرض محور للتحليل المالي المتقدم.

رئيس قسم إدارة الأعمال	النائب العلمي لكلية الاقتصاد	عميد كلية الاقتصاد
أ.د. بسام زاهر	أ.د. أيمن العشعوش	أ.د. عبد الهادي الرفاعي

الموضوعات الرئيسية التي يغطيها المقرر:

1. ماهية ومفاهيم التحليل المالي
2. أدوات التحليل المالي قصير الأجل
3. النسب المالية
4. تحليل الربحية باستخدام النماذج
5. نماذج التنبؤ بالفشل المالي
6. تحليل التعادل واستخداماته
7. التحليل المالي في المصارف

6- بحوث العمليات:

يهدف هذا المقرر إلى تعريف الطالب بأسس ومفاهيم بحوث العمليات كمنهجية علمية تعتمد على الأساليب الكمية والنماذج الرياضية لدعم اتخاذ القرار الأمثل في المنظمات. يركز المقرر على كيفية فهم وتحليل المشكلات الإدارية (مثل: تخصيص الموارد، تحديد مزيج الإنتاج، إدارة سلاسل التوريد) ثم صياغتها رياضياً واستنباط الحلول المثلى باستخدام خوارزميات بحوث العمليات الحديثة. يتضمن المقرر تطبيقات عملية على نماذج البرمجة الخطية، برمجة الأهداف، نماذج النقل، ونماذج التخصيص، بالإضافة إلى تعريف الطالب بخوارزميات حل متقدمة (مثل طريقة السمبلكس)، يركز المقرر على الجانب النظري والعملية لتمكين الطالب من مواكبة التطورات المعاصرة في عالم تحسين القرارات.

يتضمن المقرر المفردات الآتية: مدخل إلى بحوث العمليات النشأة والتطور، نماذج بحوث العمليات، البرمجة الخطية وخوارزمياتها المختلفة، نموذج برمجة الأهداف، طرق النقل بكافة أنواع وحالاته الخاصة، طرق التخصيص.

الفصل الثاني

1- التسويق الإلكتروني:

يهدف هذا المقرر إلى زيادة المستوى المعرفي لطلاب قسم إدارة الأعمال برنامج التعليم المفتوح السنة الرابعة في مجال بيئة الأعمال الإلكترونية، ويستعرض تطور علم التسويق وصولاً

رئيس قسم إدارة الأعمال	النائب العلمي لكلية الاقتصاد	عميد كلية الاقتصاد
أ.د. بسام زاهر	أ.د. أيمن العشعوش	أ.د. عبد الهادي الرفاعي

إلى المرحلة التي أصبح فيها إلكترونياً، ليساير التطور الحاصل في بيئة الأعمال، فيعرف التسويق الإلكتروني وعناصر مزيجه وأبعاده، حيث يعمد إلى دراسة وتخطيط المنتجات في البيئة الإلكترونية، وفهم نظم المعلومات التسويقية إلكترونياً، وكذلك سلوك المستهلك في البيئة الإلكترونية وماهي خدمة العميل من خلال ما يسمى التسويق الإلكتروني، يركّز المقرر على تطور عناصر المزيج التسويقي وصولاً إلى عناصر المزيج التسويقي الإلكتروني، من خلال دراسة تصميم المواقع الإلكترونية باعتبارها البوابات التي تطل المنظمات من خلالها على جمهور العملاء والمستهلكين، والانتقال إلى تعزيز فهم الطلاب للتسعير الإلكتروني والتوزيع والترويج الإلكترونيين، إضافة إلى شرح العناصر الجديدة في المزيج والمتمثلة بالتخصيص والخصوصية والأمان، ويعمل المقرر على توضيح تأثير استخدام وسائل التواصل الاجتماعي على النشاط التسويقي. إضافة إلى ما سبق يعزز المقرر المهارات العملية والتطبيقية للطلاب من خلال استعراض الأمثلة للأنشطة التسويقية عبر المواقع الإلكترونية بأنواعها المختلفة.

2- بحوث التسويق:

يهدف المقرر إلى تزويد الطالب بالمعارف الأساسية المتعلقة ببحوث التسويق، والتعرف على دورها في دعم القرارات التسويقية، وتوضيح خطوات إعداد البحث التسويقي بدءاً من تحديد المشكلة وصياغة الأهداف والفروض وصولاً إلى جمع البيانات وتحليلها وكتابة النتائج والتوصيات. كما يهدف إلى تمكين الطالب من التمييز بين مصادر البيانات الأولية والثانوية، والتعرف على أساليب جمع البيانات من خلال الاستقصاء والملاحظة، وفهم أسس إعداد قوائم الأسئلة واختيار العينات وتحديد حجمها، إضافة إلى التعرف على بعض الأساليب المستخدمة في الكشف عن العلاقات بين المتغيرات التسويقية والتنبؤ بالمبيعات.

يتضمن المقرر المفردات الآتية: مفهوم بحوث التسويق، أهمية بحوث التسويق، مجالات بحوث التسويق، نظام المعلومات التسويقية وعلاقته ببحوث التسويق، الجوانب التنظيمية لبحوث التسويق، خطوات البحث التسويقي، تحديد المشكلة، تحديد أهداف البحث، صياغة الفروض، أنواع بحوث التسويق، البحوث الاستكشافية، البحوث الوصفية، البحوث التجريبية، المشكلات التطبيقية لبحوث التسويق، البيانات الثانوية، البيانات الأولية، مصادر البيانات الداخلية والخارجية، طرق جمع البيانات الأولية، الاستقصاء، الملاحظة، المقابلة الشخصية، الاستقصاء الهاتفي والبريدي

رئيس قسم إدارة الأعمال	النائب العلمي لكلية الاقتصاد	عميد كلية الاقتصاد
أ.د. بسام زاهر	أ.د. أيمن العشعوش	أ.د. عبد الهادي الرفاعي

والإلكتروني، إعداد قوائم الأسئلة، أنواع الأسئلة، صياغة الأسئلة، اختبار قائمة الاستقصاء، الحصر الشامل، العينات، أنواع العينات العشوائية وغير العشوائية، أخطاء المعاينة، تحديد حجم العينة، معامل الارتباط، معامل سبيرمان، أساليب التنبؤ بالمبيعات، الرأي الجماعي، تقديرات رجال البيع، لجنة الخبراء، الاختبارات التسويقية، وأسلوب دلفي.

3- إدارة الجودة الشاملة:

يهدف المقرر إلى تزويد الطالب بمعلومات حول ماهية إدارة الجودة الشاملة، والتعرف على متطلبات تطبيق إدارة الجودة الشاملة، وتوضيح أهمية تحسين الجودة في المنظمات الإنتاجية والخدمية، واستعراض أدوات تحسين الجودة، والتعرف على خطوات عملية التحسين المستمر، وتوضيح مفهوم نشر وظيفة الجودة، والتعرف على مداخل تطبيق إدارة الجودة الشاملة.

يتضمن المقرر المفردات الآتية: مفهوم الجودة، تعريف إدارة الجودة الشاملة، مراحل تطور نظم إدارة الجودة، المبادئ الأساسية لإدارة الجودة الشاملة، فوائد تطبيق إدارة الجودة الشاملة، الأدوات الإحصائية لتحسين الجودة، الأدوات التخطيطية والإدارية لتحسين الجودة، خطوات عملية التحسين المستمر، تحسين الجودة وخفض تكلفة الجودة، تحليل باريتو، مفهوم نشر وظيفة الجودة، مبادئ نشر وظيفة الجودة، مصفوفة تخطيط المنتج بيت الجودة، متطلبات تطبيق إدارة الجودة الشاملة، مراحل تطبيق إدارة الجودة الشاملة، النظم الداعمة لتطبيق إدارة الجودة الشاملة، سلسلة الأيزو 9000، سلسلة الأيزو 14000، ثقافة الجودة الشاملة، النموذج الدائري لإدارة الجودة الشاملة، نموذج جائزة ديمنج للجودة، نموذج جائزة بلديج للجودة، نموذج الجائزة الأوربية للجودة، منهجية ستة سيجما.

4- الإدارة الاستراتيجية:

يهدف المقرر إلى:

1. تعريف الطالب بمفهوم الإدارة الاستراتيجية، والاستراتيجية وأهميتها ومستوياتها، وتبيان دواعي استخدامها بشكل مستمر
2. إعطاء الطالب نظرة شاملة عن نماذج الإدارة الاستراتيجية واستعراض أحدث نموذج للإدارة الاستراتيجية
3. امتلاك الطالب معارف وقدرات في تصميم الاستراتيجيات بالمفهوم العلمي وهي الآتية:

رئيس قسم إدارة الأعمال	النائب العلمي لكلية الاقتصاد	عميد كلية الاقتصاد
أ.د. بسام زاهر	أ.د. أيمن العشعوش	أ.د. عبد الهادي الرفاعي

- المعرفة بكيفية تصميم بيان عن التوجه الاستراتيجي لمنظمة الأعمال (الرسالة والقيم والرؤيا) والقدرة على تقييم بيان أية منظمة وفق الخصائص الأكاديمية للبيان الفعال،
- المعرفة بكيفية صياغة أهداف استراتيجية وفق المعايير العلمية، والقدرة على تقييم أية أهداف لمنظمات الأعمال وفق المعايير العلمية
- تعريف الطالب بخطوات التحليل الاستراتيجي، وامتلاكه القدرة على إعداد مصفوفة تقييم العوامل الداخلية (IFE)، ومصفوفة تقييم العوامل الخارجية للمنظمة (EFE)
- تعريف الطالب بأهم أدوات الإدارة الاستراتيجية
- امتلاك الطالب القدرة على تطبيق أهم وأبسط أدوات الإدارة الاستراتيجية الآتية (مصفوفة SWOT، مصفوفة بوسطن، مصفوفة جنرال إلكتريك، وبالتالي القدرة على توليد البدائل الاستراتيجية في حال توفرت المعلومات اللازمة
- تعريف الطالب بالمعايير التي يتم على أساسها تقييم البدائل الاستراتيجية
- 4. تعريف الطالب بأهم الاستراتيجيات في عالم الأعمال،
- 5. معرفة الطالب بأهم مستلزمات تنفيذ الاستراتيجيات
- 6. معرفة الطالب بمفهوم الرقابة الاستراتيجية، والفرق بينها وبين الرقابة التقليدية، وخطوات الرقابة الاستراتيجية، وشروط الرقابة الاستراتيجية الفعالة
- يتضمن المقرر المفردات الرئيسة الآتية:
- مفهوم الإدارة الاستراتيجية والاستراتيجية، مستويات الاستراتيجية، مسؤولية تنفيذ مهام الإدارة الاستراتيجية، خصائص الإدارة الاستراتيجية، طرق صياغة وتنفيذ الاستراتيجية، نماذج عملية الإدارة الاستراتيجية، مكونات الإدارة الاستراتيجية: **المكون الأول:** -تحديد التوجه الاستراتيجي للمنظمة: -تحديد رسالة المنظمة ورؤيا وقيم المنظمة:
- الأسباب التي تدعو المنظمات إلى الاهتمام بصياغة جيدة ومكتوبة لرسالتها ونشرها على الأطراف أصحاب المصلحة، خصائص الرسالة الفعالة
- تحديد الأهداف الاستراتيجية: -توضيح معنى الأهداف الاستراتيجية، معايير الأهداف الجيدة
- المكون الثاني:** -التحليل الاستراتيجي: -مفهوم وأهمية التحليل الاستراتيجي، -مستويات التحليل الاستراتيجي

رئيس قسم إدارة الأعمال	النائب العلمي لكلية الاقتصاد	عميد كلية الاقتصاد
أ.د. بسام زاهر	أ.د. أيمن العشعوش	أ.د. عبد الهادي الرفاعي

-التحليل الاستراتيجي للبيئة الخارجية: مفهومه، خطواته، أدوات التحليل الاستراتيجي للبيئة الخارجية (نموذج Pestel، نموذج porter، مصفوفة تقييم العوامل الخارجية التحليل الاستراتيجي للبيئة الداخلية: مفهوم التحليل الاستراتيجي للبيئة الداخلية وأهميته، خطوات التحليل الاستراتيجي للبيئة الداخلية-أدوات تحليل البيئة الداخلية: مدخل تحليل الموارد، مدخل تحليل سلسلة القيمة، مصفوفة تقييم العوامل الداخلية IEE البدائل الاستراتيجية على مستوى المنظمة: أولاً: استراتيجيات الاستقرار (استراتيجية عدم إجراء تغيير استراتيجية الربح، استراتيجية التوقف المؤقت)

ثانياً: استراتيجيات النمو والتنويع:

استراتيجية التكامل (النمو) الأفقي، استراتيجية التكامل العمودي، استراتيجية التنويع المرتبط، استراتيجية التنويع غير المرتبط، استراتيجيات الدخول إلى أنشطة أخرى: استراتيجيات المشروعات الداخلية، استراتيجية المشروعات المشتركة، استراتيجية الاندماج والاستحواذ ثالثاً: استراتيجيات الانكماش: استراتيجية التجرّد، استراتيجية البيع، استراتيجية التصفية، استراتيجية الحصاد

البدائل الاستراتيجية على مستوى وحدات الأنشطة:

الاستراتيجيات التنافسية العامة: استراتيجية خفض التكلفة، استراتيجية التمييز الاستراتيجية التنافسية المكثفة

أهم البدائل الاستراتيجية على المستوى الوظيفي: استراتيجيات الشراء، استراتيجيات التخزين، استراتيجيات الإنتاج، استراتيجيات التسويق

المكون الثالث: عملية الاختيار الاستراتيجي: مرحلة توليد البدائل الاستراتيجية: أدوات توليد البدائل (-مصفوفة SWot، مصفوفة بوسطن، مصفوفة جنرال إلكتريك، مصفوفة الكفاءات الأساسية)

مرحلة تقييم البدائل الاستراتيجية (المعايير التي يتم من خلالها اختيار الاستراتيجيات)

المكون الرابع: عملية التنفيذ الاستراتيجي: مفهوم التنفيذ الاستراتيجي، مستلزمات التنفيذ الاستراتيجي، أدوات التنفيذ الاستراتيجي

عميد كلية الاقتصاد

أ.د. عبد الهادي الرفاعي

النائب العلمي لكلية الاقتصاد

أ.د. أيمن العشعوش

رئيس قسم إدارة الأعمال

أ.د. بسام زاهر

المكون الخامس: عملية الرقابة الاستراتيجية: مفهوم الرقابة الاستراتيجية، الفرق بين الرقابة التقليدية والرقابة الاستراتيجية، خطوات الرقابة الاستراتيجية، مواصفات نظام الرقابة الاستراتيجية الفعال.

5- إدارة النقل والتوزيع:

يهدف المقرر إلى تعريف الطالب بمفهوم إدارة النقل والتوزيع كوظيفة حيوية ضمن إدارة سلسلة التوريد واللوجستيات، ودورها في تحقيق الميزة التنافسية للمنشآت، يتناول المقرر العلاقة التكاملية بين التسويق (القنوات التسويقية) والتوزيع المادي للسلع والتعرف على كيفية القيام بعملية التسويق وماهية المنشآت التسويقية، وكيفية تحقيق الكفاءة وتحسين مستوى الخدمات المقدمة للعملاء، ويدرس عملية النقل التي لها الدور الأهم في عملية التوزيع، وكذلك أنواع وسائل النقل المختلفة (بري، بحري، جوي، سكك حديدية)، ومعايير اختيار وسيلة النقل المناسبة، والاستراتيجيات التسويقية التي يجب وضعها للمدى البعيد، وتوسيع مفاهيم المخزون وكيفية إدارة المخزون من قبل المنظمة.

يتضمن المقرر المفردات الآتية: مفاهيم عامة في التسويق، التسويق كعملية تبادل، منشآت تجارة الجملة، منشآت تجارة التجزئة، فن البيع في منشآت التجزئة، ومهارات التفاوض للعاملين في المنشآت التسويقية، نظام التوزيع المادي، مؤسسات النقل، المخازن وإدارة المخازن.

6- محاسبة ضريبية:

يهدف مقرر المحاسبة الضريبية خلال الفصل الدراسي الثاني من كل عام إلى إكساب طلاب السنة الرابعة في برنامج إدارة المشروعات الصغيرة والمتوسطة من كلية الاقتصاد المعارف اللازمة الخاصة بمفهوم الضريبة كونها أداة من أدوات السياسة المالية للدولة، إذ تستخدم من قبل الدولة لتحقيق أهداف مالية واقتصادية واجتماعية متوخية التأثير في البيئة الاستثمارية لمنظمات الأعمال وفي العادات الاستهلاكية للفرد.

لذلك يوضح المقرر للطالب القوانين والتشريعات الضريبية المطبقة على الدخل للأشخاص الطبيعيين والاعتباريين تمهيداً لتحديد وعاء ضريبة الدخل على الأرباح الحقيقية في سورية (الربح الضريبي)، كما ويوضح المقرر للطالب القوانين والتشريعات الضريبية المطبقة على الرواتب والأجور، ويكسب الطالب المهارات العلمية، لاسيما القواعد والأصول المطبقة في نظام ضريبة

رئيس قسم إدارة الأعمال	النائب العلمي لكلية الاقتصاد	عميد كلية الاقتصاد
أ.د. بسام زاهر	أ.د. أيمن العشعوش	أ.د. عبد الهادي الرفاعي

الدخل على الأرباح الحقيقية وضريبة الرواتب والأجور التي من شأنها تمكينه من إنجاز عملية تحقق هذه الضريبة استناداً للقوانين الضريبية النازمة لها، فضلاً عن إمامه بالمبادئ المحاسبية المعمول فيها والمقبولة ضريبياً في ظل غياب التشريع الضريبي الصريح الخاص فيها، إذ يتضمن المقرر شرحاً للمبادئ المحاسبية والأصول النظرية والتطبيقية الخاصة بالمحاسبة عن الضريبة، لاسيما المصروفات المسموح بتنزيلها والإيرادات الخاضعة للضريبة، فضلاً عن بيان الإعفاءات الجزئية والدائمة للدخل من الضريبة.

عميد كلية الاقتصاد
أ.د. عبد الهادي الرفاعي

النائب العلمي لكلية الاقتصاد
أ.د. أيمن العشعوش

رئيس قسم إدارة الأعمال
أ.د. بسام زاهر