



كلية العلوم الإدارية والاقتصادية



نبذة عن الكلية:

تعد كلية العلوم الإدارية والاقتصادية من الكليات الرئيسة في جامعة القدس المفتوحة، حيث بلغ عدد الطلبة الملتحقين بالكلية وفي برامجها (إدارة الأعمال والمحاسبة والمالية والتسويق والاقتصاد، والإدارة الصحية) التي تطرحها ولغاية العام الأكاديمي 2016-2017 حوالي 23000 طالب وطالبة، وبلغ عدد الخريجين منذ نشأة الكلية في العام 1992 ولغاية نهاية الفصل الدراسي الثاني للعام الأكاديمي 2016-2017 حوالي 20000 طالب وطالبة، وبلغ عدد أعضاء هيئة التدريس في الكلية 346 عضواً، منهم (83) عضواً متفرغاً و(262) من غير المتفرغين.

رؤية كلية العلوم الادارية والاقتصادية:

" كلية رائدة و متميزة بتخصصاتها المختلفة على المستوى المحلي والإقليمي ، تسهم في إحداث التنمية الإدارية والاقتصادية".

رسالة كلية العلوم الادارية والاقتصادية:

" إعداد خريجين متميزين مواكبين للتطورات العلمية والمهنية ، من خلال تقديم برامج تعليمية وتدريبية متميزة وفق أفضل الممارسات التربوية والعلمية وترسيخ البحث العلمي ، وتعزيز بيئة البحث العلمي في إطار من التفاعل المجتمعي والتعاون والشراكة وتبادل الخبرات مع مراعاة أحدث معايير الجودة والتميز".

الأهداف:

تسعى كلية العلوم الإدارية والاقتصادية من خلال تخصصاتها الأكاديمية إلى بناء خلفية واسعة ومتوازنة ومتكاملة من المعارف والمهارات الإدارية للخريجين للمساهمة في تنمية القدرات الإدارية والمالية والاقتصادية في المؤسسات، ويتم التركيز على دعم قدرات الطلبة ومهاراتهم في مجال استخدامات الحاسوب، ودعم قدراتهم التحليلية والكمية. وتحرص الكلية على ترسيخ القيم الأخلاقية التي تتطلبها الممارسات الإدارية والمالية والاقتصادية في التطبيقات العلمية والعملية.

الأهداف العامة لكلية العلوم الإدارية والاقتصادية:

تنبثق أهداف كلية العلوم الإدارية والاقتصادية من فلسفة الجامعة التي تركز على تنمية مهارات وقدرات الطلبة، وهذه الأهداف هي:

1. التعرف على مفاهيم ونظريات وأساليب ووظائف العلوم الإدارية والاقتصادية، وتطبيقها للإسهام في تحقيق التنمية والتميز المؤسسي في القطاعات الاقتصادية والاجتماعية المختلفة.
2. تطوير وتحسين مهارات الطلبة في مجال تحليل وتفسير الظواهر في بيئة الأعمال، ونظم المعلومات الإدارية، والربط بين المتغيرات مما يمكنهم من الجمع بين المعرفة والقدرة على التحليل.
3. التعرف على العلاقات والتأثيرات المتبادلة بين البيئة المحلية والدولية في المجالات الإدارية والتسويقية والمحاسبية والمالية المختلفة.
4. بناء وتطوير المهارات الإدارية والمالية التي تمكنهم من ترشيد عملية صناعة القرارات ضمن المستويات الإدارية المختلفة في القطاعات الاقتصادية والاجتماعية المختلفة.

الدرجات الممنوحة

تمنح كلية العلوم الإدارية والاقتصادية درجة البكالوريوس في كافة التخصصات لديها. والجداول الآتية تبين توزيع الساعات المعتمدة على التخصصات ومتطلبات الجامعة والكلية.

توزيع الساعات المعتمدة على البرامج

المحاسبة		التسويق		الاقتصاد		الإدارة الصحية		العلوم المالية والمصرفية		إدارة الأعمال		التخصص الأكاديمي نوع المقرر (المتطلبات)
الساعات المعتمدة	منفرد	الساعات المعتمدة	منفرد	الساعات المعتمدة	منفرد							
رئيسي / فرعي	منفرد	رئيسي / فرعي	منفرد	رئيسي / فرعي	منفرد							
21	21	21	21	21	21	21	21	21	21	21	21	متطلبات الجامعة
18 3	18 3	18 3	18 3	18 3	18 3	18 3	18 3	18 3	18 3	18 3	18 3	أ. المتطلبات الإجبارية ب. المتطلبات الاختيارية
15	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15	متطلبات الكلية
66	81	66	81	66	81	67	82	66	81	66	81	متطلبات التخصص
66 -	69 12	66 -	69 12	66 -	69 12	67 -	70 12	66 -	69 12	66 -	69 12	أ. المتطلبات الإجبارية ب. المتطلبات الاختيارية
-	6	-	6	-	6	-	6	-	6	-	6	المقررات الحرة
27	-	27	-	27	-	27	-	27	-	27	-	متطلبات الفرعي
129	123	129	123	129	123	130	124	129	123	129	123	المجموع

متطلبات الجامعة

متطلبات الجامعة الاجبارية (18) ساعة معتمدة:

رقم المقرر	عنوان المقرر	الساعات الأسبوعية		الساعات المعتمدة	المتطلب السابق
		نظري	عملي		
0101	تعلم كيف تتعلم	2	-	2	-
0102	الحاسوب	2	1	3	-
0104	تاريخ القدس	3	-	3	-
0111	اللغة العربية (1)	2	-	2	-
0113	اللغة الانجليزية (1)	2	-	2	-
0205	فلسطين والقضية الفلسطينية	3	-	3	-
0206	الثقافة الاسلامية	3	-	3	-
	المجموع	17	1	18	-

متطلبات الجامعة الاختيارية

يدرس الطالب (3) ساعات معتمدة من المقررات الاتية :

رقم المقرر	عنوان المقرر	الساعات الأسبوعية		الساعات المعتمدة	المتطلب السابق
		نظري	عملي		
0207	الحركة الأسيرة	3	-	3	-
0211	اللغة الفرنسية (1)	3	-	3	-
0300	الحضارات البشرية ومنجزاتها	3	-	3	-

متطلبات الكلية:

تتكون هذه المقررات من 15 ساعة معتمدة مبينة في الجدول الآتي:

رقم المقرر	عنوان المقرر	الساعات الأسبوعية		الساعات المعتمدة	المتطلب السابق
		نظري	عملي		
4101	مبادئ الادارة	3	-	3	-
4121	مبادئ الاقتصاد (1)	3	-	3	-
4131	مبادئ المحاسبة (1)	3	-	3	-
4161	مبادئ التسويق	3	-	3	4101
5303	مناهج البحث العلمي	3	-	3	-
	المجموع	15	-	15	-

توصيف متطلبات الكلية:

4101 مبادئ الإدارة: 3 ساعات معتمدة (3 نظري)

يمثل الأساس الذي يبنى عليه العلوم الإدارية، حيث يتناول مفهوم الإدارة، أهميتها، مجالاتها، تاريخ نشأتها، الفرق بين الإدارة العامة، وإدارة الأعمال "الخاصة"، وعلاقتها مع العلوم الأخرى، كما ويتحدث المقرر عن النظريات الرئيسية في الإدارة" النظريات التقليدية و النظريات الحديثة"، ويشرح أهم وظائف الإدارة من تخطيط إداري وأنواعه ومكوناته بالإضافة إلى عملية التنظيم الإداري من حيث المفهوم والأهداف وعناصره والفرق بين تفويض السلطة ونقلها ومحددات التفويض والتسييق بين الوحدات التنظيمية، وأساسيات القيادة الإدارية ونظرياتها وأنماط القيادة وأنواعها، بالإضافة إلى أساسيات اتخاذ القرارات الإدارية، وأساسيات الاتصالات الإدارية، ومفهوم الرقابة وأنواعها، ويتحدث أيضا عن وظائف المنشأة المالية والإنتاج والتسويق وإدارة الأفراد ووظيفة العلاقات العامة.

4121 مبادئ الاقتصاد (1) : 3 ساعات معتمدة (3 نظري)

يقدم هذا المقرر أهم نظريات ومبادئ الاقتصاد الجزئي حيث يبدأ بتعريف الاقتصاد الجزئي وتفريقته عن الاقتصاد الكلي وتحليل مشكلة الندرة الاقتصادية. كما يتناول تحليل توازن سوق السلعة من خلال تحليل قوى الطلب والعرض والعوامل المؤثرة فيها ويحلل مرونة الطلب بأنواعها وكذلك مرونة العرض السعرية. وكذلك يتناول تحليل سلوك المستهلك وسلوك المنتج ويدرس آليات الإنتاج والتكاليف ويحلل سلوك المؤسسات والمنتجين في كل من الأسواق التنافسية والأسواق الاحتكارية كما يتناول نظرية التوزيع وتحديد توازن المؤسسة في أسواق عناصر الإنتاج.

4131 مبادئ المحاسبة (1): 3 ساعات معتمدة (3 نظري)

تعريف المحاسبة مع بيان أهميتها، النظام المحاسبي وعناصره الأساسية، نظرية القيد المزدوج، العمليات المتعلقة بصاحب المشروع، العمليات النقدية بما في ذلك العمليات المصرفية ومذكرة تسوية المبلغ، عمليات البضاعة والخصم، الأوراق التجارية ومعالجتها، الأصول الثابتة، إعداد ميزان المراجعة.

4161 مبادئ التسويق: 3 ساعات معتمدة (3 نظري)

متطلب سابق 4101 مبادئ الإدارة
يتضمن هذا المقرر معرفة المفاهيم الأساسية للتسويق وكيفية انبثاقه كعلم مستقل ذو أهمية في حياة المنظمات. ويتضمن تعريف الطلبة بمفهوم التسويق ودوره في تقديم قيمة للعميل

والمسؤولية الاجتماعية للتسويق ، ووصف سلوك مشتري السلع الاستهلاكية وسلوك المستخدم الصناعي ومن ثم معرفة وفهم آلية القرار الشرائي للمستهلك والعوامل المؤثرة فيه. كذلك التعرف على مفهوم عملية تجزئة السوق وأهميتها والاستراتيجيات ذات العلاقة. كذلك يناقش هذا المقرر أهمية المعلومات التسويقية وكيفية إجراء بحوث التسويق، كذلك يتضمن هذا المقرر التعريف بعناصر المزيج التسويقي ، كذلك التعرف على المنتج كأحد عناصر المزيج التسويقي من حيث التعريف والتصنيفات والنشاطات ذات العلاقة. وسوف يتم مناقشة الاستراتيجيات والاعتبارات المتعلقة بالتسعير كأحد عناصر المزيج التسويقي. كذلك سوف يتناول هذا المقرر التعرف على الدور الذي يلعبه الترويج كأحد عناصر المزيج التسويقي وأهم عناصره والية إعداد الميزانية الترويجية.

5303 مناهج البحث العلمي: 3 ساعات معتمدة (3 نظري)

أسلوب البحث العلمي هو أكثر أساليب حل المشكلات جدوى وفاعلية، فهو يتسم بالتنظيم والوضوح والموضوعية ووضع البدائل أمام معايير لتقويم فاعليتها وجدواها في صورة موضوعية بعيدة عن المؤثرات الشخصية والذاتية، لذا يحتاج إليه كل فرد لمواجهة مشاكله وتحدياتها.

ويهدف المقرر إلى تعريف الطالب بمناهج البحث وطرائقه وإكسابه المهارات اللازمة للقيام بالبحث، وذلك من خلال دراسته للموضوعات الأساسية الآتية: مناهج البحث: ماهيته وأنواعه، مشكلة البحث وصياغة الفرضيات وتصميم البحث، والمجتمع والعينة، وأدوات جمع البيانات والمعلومات وكتابة تقرير البحث.