

المحتوى العلمي للمقررات الدراسية لبرامج قسم العلوم الإدارية

(1) تكنولوجيا التسويق والتجارة الالكترونية (2) ريادة الأعمال وإدارة المشروعات الصغيرة

مبادئ الإدارة والتنظيم (أدر1101) :

يهدف هذا المقرر إلى تعريف الطلاب بالمبادئ الأساسية في إدارة الأعمال ووظائف ومهام المديرين والمهارات الأساسية التي ينبغي توافرها في المدير، والاتجاهات الحديثة في إدارة الأعمال ، والوظائف و الأنشطة الأساسية للإدارة والعملية الإدارية من تخطيط وتنظيم وقيادة ورقابة، والعوامل الداعمة لنجاح المديرين في تحقيق أهداف المنظمات وكذلك امدادهم بالمعرفة الاساسية والمهارات التطبيقية فى إتخاذ القرارات.

السلوك التنظيمي (أدر 1202) :

يهدف هذا المقرر الى تعريف الطالب للمفاهيم الأساسية لإدارة السلوك في المنظمات و استخدام الطريقة العلمية لحل المشاكل الإدارية في ضوء مستويات التحليل الثلاثة (الأفراد ، الجماعات ، التنظيم) ، وتعريف الطالب بأهم القضايا التي تحدد طبيعة السلوك التنظيمي مثل: القيادة، والاتصال، والهيكل التنظيمي، والبيئة التنظيمية، والمناخ التنظيمي، والإجراءات الإدارية، والرضا الوظيفي، والولاء التنظيمي، والصراع التنظيمي، وضغوط العمل، والتدريب، وقياس العمل وتقييم الأداء المؤسسي. وكذلك أهمية توظيف هذه المفاهيم في المجالات المتنوعة لإدارة المنظمات وتحقيق الفاعلية التنظيمية وتحسين الأداء وزيادة مستويات التفهم والرضا الوظيفي.

أخلاقيات الأعمال (أدر1203):

يتبنى المقرر مهمة تعريف الطالب بالمفاهيم الأساسية لأخلاقيات الأعمال والمسؤولية الاجتماعية وحوكمة الأعمال، وتقديم فهماً لوجود نظرية مستقلة للأخلاقيات في مجال إدارة منشآت الأعمال. كما يساعد المقرر الدارسين على تطبيق مجموعة المهارات اللازمة لإتخاذ قرارات الأعمال التي تتعامل مع مشاكل لها أبعاد أخلاقية، وكيفية التعامل معها. وبالإضافة لذلك يناقش المقرر القيم الأخلاقية الفردية ونظرياتها من ناحية، ثم القيم الأخلاقية التنظيمية المكونة لثقافة التنظيم من الناحية الأخرى، كأسس لإستيعاب القوى المحركة للسلوكيات الأخلاقية

بالمنشأة. وفي النهاية يعطي المقرر الطالب الفرصة للتدريب على استخدام الأدوات والأبعاد التي يمكن الاعتماد عليها لبناء وتكوين البرامج الأخلاقية لمنشآت الأعمال، بشكل يساعد إدارة المنشأة في رسم وتنفيذ إستراتيجيات أعمالها العامة التي تضمن إلزامها بمسئولياتها الإجتماعية وحقوق المواطنة من جانب، ويعظم من أداء المنشأة الكلي على الجانب الآخر.

مهارات الاتصال (أدر1204):

يتناول هذا المقرر المهارات المتعلقة بالكفاية الاتصالية، والتي تتشكل من منظومة كبيرة من المعارف والمهارات والاتجاهات، تتجمع في أربع كفايات أساسية: المعرفية، والاجتماعية، والاستقبلية، والإنتاجية. ولذا فإن هذا المقرر يمد الطالب بأساس معرفي ومهارى يرتبط بالتعرف على مفهوم الاتصال وأهميته وخصائصه وآدابه وكفاياته وأنماطه وعناصره و تنمية الاتصال مع الذات والثقة بالنفس و العمل على مواجهة المشكلات الاتصالية بكل قوة واقتدار واستخدام الأساليب الفعالة التي تناسب الأنماط البشرية المتنوعة أثناء التعامل معها وكتابة السيرة الذاتية والتقرير وتطبيق ما تعلمه في حياته العملية و تحسين مهارات التحدث، والاستماع والقدرة على مخاطبة ومحاورة وإقناع الآخرين والتفاوض معهم والعمل مع المجموعات بروح الفريق والقدرة على إجراء مقابلات وظيفية بكل ثقة والاتصال باستخدام الوسائل الالكترونية الحديثة بشكل إيجابي.

تكنولوجيا إدارة الإنتاج والعمليات (أدر2105):

يهتم هذا المقرر بتعريف الطالب بادره الانتاج والعمليات وأهميتها وتطويرها وانواع العميات الانتاجية وتخطيط ومراقبة الانتاج وتحديد موقع المصنع وادارة اجودة الشاملة وصيانة الالات وأن يدرك الدارس الأساليب العلمية المختلفة التي يمكن الاعتماد عليها فى تخطيط العمليات الإنتاجية وصنع قرارات إدارة الإنتاج وصياغة سياسات واستراتيجيات إدارة الإنتاج والتعرف على الدور الفعال لإدارة الإنتاج المساهمة فى إحداث التنمية الاقتصادية والاجتماعية. وبالتالي بهدف الى اعداد طالب ملماً بالمعارف الاساسية فى مجال ادارة الانتاج والعمليات ولديه المهارات التطبيقية التى تمكنه من القيام بالوظائف (المهام) الاساسية فى ادارة الانتاج والعمليات مثل تصميم المنتج واعداد الخطط الانتاجية والتنظيم الداخلى للمصنع وتطبيق التوجهات الحديثة فى المجال

تكنولوجيا التسويق والبيع (أدر 2106):

يهدف المقرر إلى تمكين الطالب من الإلمام بالمفاهيم وطرق التحليل والنظريات التي تحكم النشاط التسويقي في مشروعات الأعمال. حيث يشتمل المقرر على التعريف بنطاق وخصائص وتطور التسويق. ومداخل دراسته.. وأهميته بالمنشآت والمجتمع... كما يشتمل على مناقشة

تفصيلية لكل من التخطيط في التسويق ودراسة المستهلك وعملية تجزئة السوق والتنبؤ بقدراته الشرائية.. كما يهتم المقرر الدارسة التفصيلية لكل من عناصر المزيج التسويقي المختلفة والتسوق عبر الشبكة الدولية للمعلومات (الانترنت)، ونختم بحالات وتطبيقات عملية في التسويق. وكذلك تزويد الطالب بالمهارات التسويقية التي تؤهله للعمل في المجالات المتنوعة لإدارات التسويق ، وجعله أكثر قدرة على اتخاذ القرارات المتعلقة بسياسات المزيج التسويقي والمساهمة الفعالة في تنمية القدرة التنافسية للمنظمة التي يعمل بها ، وكذلك تعريف الطالب بكيفية توظيف تكنولوجيا التسويق الحديثة لتنمية القدرة التنافسية في بيئة العمل التسويقي العالمية

التفكير الابتكاري والمنطقي (عام 2104)

يهدف هذا المقرر إلى تقديم المفاهيم الأساسية لعملية الابتكار والإبداع وطبيعته كصفة إنسانية وكنشاط إنساني، وملامح بيئات الأعمال المبدعة. ونعرض المقرر أشهر وأهم نظريات الإبداع، وذلك بعد تقديم موجز عن أنواع التفكير. ويشرح المقرر أسس التفكير العلمي للتعرف على معنى التفكير العلمي، والبناء المعرفي للعلم، وخصائص العلم، ومراحل تطور التفكير العلمي، ومراحل أو خطوات التفكير العلمي، وأخيراً صفات وإتجاهات العلماء. ويتناول المقرر إكساب الطلاب مهارات إتخاذ القرارات الإدارية ثم يقدم المعوقات الفردية والتنظيمية للإبداع، وثم يركز المنهج على التدريب وبناء جدارات في مجموعة من الأساليب المعروفة في التفكير الابتكاري والإبداعي

الإدارة الإستراتيجية (أدر 2207) :

يعتبر هذا المقرر مقدمة لدراسة وظيفة الإدارة العليا لمنشآت الأعمال في ظل بيئة متغيرة حيث يركز على عملية الإدارة الإستراتيجية والسياسات الإدارية. ويتناول التعريف بالمفاهيم الأساسية ومراحلها المختلفة من تحديد غاية المنشأة وأهدافها العامة، وتحليل بيئتها الخارجية والتعرف على الفرص والمخاطر التي تواجهها، وتحليل البيئة الداخلية لتحديد نواحي القوة والضعف التي تنسم بها ووضع السياسات والاستراتيجيات الملائمة، وتنفيذها ورقابتها. يهتم المقرر بمساعدة الطالب على فهم عمليات التخطيط والتحليل الإستراتيجي للشركات وتطبيق القرارات الإستراتيجية والرقابة عليها مستخدماً أساليب تحليل الحالات الدراسية ويعتمد المقرر في كل ذلك على استخدام الحالات العملية.

نظم المعلومات الإدارية (نظم 2208)

يستهدف هذه المقرر تطوير معارف ومهارات الطلاب في مجال نظم المعلومات من حيث دور نظم المعلومات في منشآت الأعمال وما يمكن أن تلعبه في دعم وميكنة المعاملات الروتينية اليومية ورفع مستويات كفاءتها، وسبل زيادة فاعلية عملية إتخاذ القرارات بالمنشآت ودعم العمل

المعرفي ومساندة الإدارة اعليا بالمنشأة. أيضاً يقدم المقرر مجموعة من أدوات حل المشاكل المعلوماتية ومناهج تطوير النظم في منشأة الأعمال.

ريادة الأعمال والمشروعات الصغيرة (أدر 2209):

يهدف المقرر إلى تزويد الطالب بالمفاهيم والمعارف العلمية الحديثة المتعلقة بدراسات المشروعات الصغيرة ، والمهارات المتعلقة باكتشاف وتقييم الفرص الاستثمارية الجديدة في المشروعات الصغيرة ، وتعريف الطالب بمفاهيم وأهمية دراسة الجدوى للمشروعات وكيفية تنفيذ دراسات الجدوى للمشروعات ، والتعرف على أهم المشاكل والصعوبات التي قد تواجه المستثمر الصغير وكيفية التغلب عليها ، إضافة إلى ذلك يتناول المقرر مفهوم ريادة الأعمال وأهم مبادئ ريادة الأعمال والسمات المميزة لرواد الأعمال وكيفية الانطلاق في مجال ريادة الأعمال وكيفية تنمية المهارات الريادية للمستثمرين في المشروعات الصغيرة .

نظم دعم القرارات الإدارية (أدر 2210):

يهدف هذا المقرر إلى تقديم المبادئ العلمية الأساسية لنظم دعم القرارات في منشآت الأعمال. ونتناول في ذلك أسس اتخاذ القرارات في منشآت الأعمال وأهم الأدوات التي يمكن إستخدامها للتعامل مع المشكلات الإدارية. ثم نقوم بعد ذلك بدراسة الشكل الكلاسيكي لنظم دعم القرارات وأهم مكوناتها، ثم الشكل المعاصر منها من نظم إستخبارات الأعمال Business Intelligence وكذا مكوناتها المختلفة من نظم تنقيب للبيانات ونظم مستودعات بيانات وأدوات تحليل البيانات. ويقدم المؤلف عرض لنظم دعم القرارات الجماعية ونظم دعم الأداء الإبتكاري عند إتخاذ القرارات. وأخيراً يراجع المؤلف فنيات التعامل مع قواعد البيانات لخدمة عملية إتخاذ القرارات في منشآت الأعمال.

الإدارة الإلكترونية للأعمال (أدر 3111):

يهدف هذا المقرر إلى تعريف الطالب بمفهوم الأعمال الإلكترونية وإلقاء نظرة عامة على أنواع التجارة الإلكترونية: B2B، B2C، و C2C. الأسواق الإلكترونية: الهيكل والآليات، والاقتصاد، وآثارها؛ البيع بالتجزئة في مجال التجارة الإلكترونية: المنتجات والخدمات، وسلوك المستهلك، ودراسات الأسواق على شبكة الإنترنت، وإدارة علاقات العملاء، الدعاية على شبكة الإنترنت، وعمليات الشراء الإلكتروني، البوابات ومواقع التبادل، وسلاسل التوريد الإلكترونية، والتجارة التعاونية؛ التجارة والحوسبة المتنقلة؛ المزادات، أمن الأعمال الإلكترونية، ونظم الدفع الإلكترونية، وتلبية الطلبات، وإدارة المحتوى، وخدمات الدعم الأخرى؛ إستراتيجية الأعمال الإلكترونية، وإطلاق مشروع تجاري ناجح على شبكة الإنترنت؛ الآثار القانونية والأخلاقية

والاجتماعية للأعمال الإلكترونية، وبناء البنية التحتية وتطبيقات التجارة الإلكترونية. الحكومة الإلكترونية، التعليم الإلكتروني، وغيرها من تطبيقات الأعمال الإلكترونية.

تكنولوجيا لوجستيات الأعمال (أدر3112) :

يهدف هذا المقرر إلى إلمام الطالب بمفاهيم وأهداف ووظائف إدارة المواد والإمداد و الشراء ، التخزين ، النقل، التوزيع ، المناولة ، التعبئة والتغليف ، خدمة العملاء ، و جدولة الطليات. كما يهدف إلى تنمية المهارات التطبيقية في ذلك المجال ويتضمن إمداد الطالب بأساس معرفي عن مفهوم وأهمية إدارة الأعمال اللوجستية والتنظيم الداخلي لإدارة الأعمال اللوجستية وكذا تعريف الطالب بوظيفة الشراء وطرق الشراء و قرارات الشراء المتعلقة بالكمية المناسبة والجودة المناسبة وتقييم مصادر التوريد والمفاضلة بينها ، ويتطرق المقرر أيضا إلى توضيح سياسات واستراتيجيات عمليات النقل والتخزين وكيفية تحسين كفاءة الأعمال اللوجستية

مبادئ التمويل (أدر3113):

يعرض المقرر أسس ومبادئ التمويل والإدارة المالية بمنشآت الأعمال ومهارات وطرق. وأساليب التعامل مع قضايا الإدارة المالية والتمويل وأهمها التحليل المالي، والسيولة والربحية، والعائد والمخاطرة، وحساب تكلفة رأس المال، وتقييم المشروعات الإستثمارية. ويتيح المقرر تطوير قدرات الطلاب في عمليات التخطيط والتحليل وإتخاذ القرارات المالية في مجالات الإستثمار والتعامل مع مشاكل تحديد مصادر التمويل والتعامل مع مشاكل السيولة والربحية. ويقدم المقرر خلفية أساسية للتعامل مع الأسواق المالية وأسواق رأس المال وكيفية تكوين وإدارة محافظ الأوراق المالية والتعامل مع البورصات

التمويل للمشروعات الصغيرة (أدر 3114)

يهدف هذا المقرر الى تزويد الدارس بالمفاهيم الاساسية عن إدارة المشروعات الصغيرة والاتجاهات الحديثة في تمويل المشروعات الصغيرة والصعوبات التي تواجه تمويل المشروعات الصغيرة ، وكذا تزويد الدارس بالمهارات والاساليب الاساسية التي تمكنه من تقييم مقترحات الاستثمار في المشروعات الصغيرة وصناعة القرارات التمويلية لها

تخطيط ومراقبة الإنتاج والعمليات (أدر3215) :

يهتم مقرر تخطيط ومراقبة الإنتاج والعمليات بدراسة مفهوم وضبط الإنتاج وأهميته تخطيط ومراقبة الإنتاج ومكوناته والوسائل التعليمية المختلفة في عملية التخطيط وضبط الإنتاج ومراحل التخطيط ومراقبة الإنتاج المختلفة ، والتعرف على أساليب كيفية تقدير الطاقة الإنتاجية للطلبة وأيضا وسائل تخطيط الإنتاج وخطوات التنبؤ بالطلب وأساليبه وكيفية الاستخدام الأمثل للطاقة ومعرفة متى تتحقق نقطة التعادل وطرق التنظيم الإداري للتخطيط ومراقبة الإنتاج ومعرفة

العوامل المؤثرة على جودة الإنتاج واستخدام الأساليب الكمية في مجال تخطيط ومراقبة الإنتاج، و يحلل واقع وحاضر تخطيط ومراقبة الإنتاج في الصناعات المصرية .

التعلم التنظيمي وإدارة المعرفة (أدر 3221)

يهدف هذا المقرر الى تزويد الدارس بالمفاهيم الاساسية لإدارة المعرفة التنظيمية ومفاهيم التعلم التنظيمي وأهميته في المنظمات كمدخل لتحسين الاداء المؤسسى ، واليات تعجيل عمليات التعلم التنظيمي

حماية المستهلك في مجال التسويق والتجارة الإلكترونية (أدر 3244)

يقدم المقرر عرضاً لنظرية التسويق الاجتماعي وعلاقتها بتطوير توجه المنشأة بالمستهلك. وشرح لحركة حماية المستهلك وألياتها ومهارات وطرق وأشكال التعامل مع السلوكيات اللا أخلاقية بالتسويق من خداع تسويقي ومشاكل إحتيال تسويقي في مجالات التسويق العادي أو الإلكتروني أو بالتسويق الشبكي....الخ. وكذا يناقش المقرر مبادئ التسويق الأخضر والإدارة البيئية للتسويق وعلاقتها بقضايا حماية المستهلك. كما يحاول المقرر تطوير مهارات الطلاب في فهم وتحليل والتعامل مع جماعات حماية المستهلك ومهارات إتخاذ القرارات الخاصة بحقوق وواجبات المستهلك المختلفة

موضوعات متقدمة في ريادة الاعمال (أدر 3216)

دراسة فكر التوجه الريادي في منشآت الأعمال ودوره في تطوير ثقافة المبادرة والإبتكار وحل المشكلات وكيفية زرع ثقافة الفكر الريادي بالتنظيمات، حيث يقوم المقرر بعرض مهارات وطرق وأشكال وأساليب ريادة الأعمال من منطلق معاصر يتم فيه شرح المفاهيم الحديثة في هذا المجال من مفهوم ريادي موسع وإجتماعي ومستقل وتنظيمي بمنشأة الأعمال، كما يقدم المقرر شرح لأسس حوكمة الأعمال ودورها في تحسين آليات الرقابة وتحسين الأداء وخلق الميزات التنافسية بمنشآت الأعمال، وكذا علاقة أليات الحوكمة بالفكر الريادي الحديث. ويعرض المقرر فهماً لتجارب ريادة الأعمال في الشركات العائلية وأفكار المشروعات الصغيرة الجديدة لخدمة عملية الإبتكار والإبداع بالمنشآت والتنمية والتطور بالدول والقطاعات الإقتصادية

تصميم المواقع الإلكترونية (أدر 3245)

يركز المقرر على تعليم تصميم صفحات ويب باستخدام لغتي CSS , HTML ، و توظيف المعارف والمهارات في تصميم المواقع الالكترونية ، فهو تعلم مدي الحياة لتطوير مهارات تصمم المواقع الالكترونية والتواصل والمشاركة بين الطلاب لا نتاج موقع الكتروني

نظم المعلومات التسويقية (ادر3246)

التعريف بنظم المعلومات التسويقية وبعناصر ومكونات نظم المعلومات التسويقية والتي تستخدم في صنع القرارات التسويقية التي تعمل علي حل المشكلات التسويقية وجمع البيانات والمعلومات

إدارة الموارد البشرية (أدر 4122):

يسعى المقرر إلى التعريف بالمبادئ والمفاهيم الأساسية لإدارة الموارد البشرية في المنظمات، بما في ذلك دور إدارات الموارد البشرية في التعامل مع الموارد البشرية، وسياسات إدارة الموارد البشرية المتعلقة بالاستقطاب والاختيار والتعيين والترقية والتدريب والنقل، وتحليل وتصميم الوظائف، وإدارة معرفة الموارد البشرية واكتشاف الاحتياجات التدريبية وتهيئة العاملين ووضع نظم الأجور والتحفيز والتعرف على أهم التحديات التي تواجه إدارة الموارد البشرية في المنظمات وأساليب التعامل معها ومواجهتها والتغلب عليها والارتباط بالبرامج المختلفة التي من خلالها يتم تنمية الموارد البشرية واستثمارها الاستثمار الأفضل .

مهارات واستراتيجيات التفاوض (أدر 4148):

يهتم المقرر بدراسة مفهوم وأهمية التفاوض ومجالات التفاوض وتخطيط وإدارة عملية التفاوض ومهارات التفاوض ومفهوم العلاقات الإنسانية وتطورها وعلاقتها بالتفاوض ولذا يهدف المقرر إلى إعداد طالب قادراً على التفاوض بشكل ناجح من خلال تعريفه بالمفاهيم والاستراتيجيات الأساسية للتفاوض وتدريبه علمياً وعملياً على تطبيق هذه المفاهيم في واقع العمل المستقبلي له في أي مجال من المجالات

التسويق الأخضر في التجارة الإلكترونية (أدر 4149):

يهدف هذا المقرر الى تزويد الطالب بالمعرفة والمفاهيم الاساسية المتعلقة بالتسويق الاخضر والتي تمكنه من ممارسة الأنشطة التسويقية ضمن التزام قوي بالمسؤولية البيئية (مثل الالتزام بالتعامل بالسلع الصديقة للبيئة فقط والترويج لها ضمن هذا الإطار

التسويق الشبكي (ادر4147):

يسعى هذا المقرر إلى توضيح التأثير المتزايد لتقنيات المعلومات على الاستراتيجيات والممارسات التسويقية في الوقت المعاصر. يكتسب الطالب من خلال هذا المقرر فهماً أساسياً لطرق استخدام الإنترنت ونظم المعلومات في الأنشطة التسويقية وذلك من خلال المحاضرات والمناقشات والمشروعات التي يتضمنها المقرر، لذا يجب أن يكون الطالب على دراية باستخدام الحاسب الآلي وباللغات العامة للإنترنت (مثل لغة HTML) وأدوات الإنترنت (مثل متصفحات الشبكة العنكبوتية، البريد الإلكتروني، وآليات البحث). يتضمن هذا المقرر بعض المشروعات

العملية التي ينفذها الطلبة على الإنترنت ويتضمن المقرر العديد من الموضوعات التي تمد الطالب بأساس معرفي قوى وتطبيقي في المجال مثل : التعرف على التطورات الحديثة في الأنشطة التسويقية والفرص الجديدة التي خلقتها الإنترنت لمنشآت الأعمال والتعرف على دور التسويق الإلكتروني في زيادة المبيعات . وفهم وظائف التسويق الإلكتروني وتطبيقات أدوات وتقنيات التسويق الإلكتروني في الواقع العملي و تحليل قطاعات المستهلكين المحتملين للتسويق على الإنترنت. والإلمام بعناصر ومكونات إستراتيجية التسويق الإلكتروني الفعالة والبيع الناجح عبر الإنترنت والقدرة على تقييمها. ومعرفة الاتجاهات الحالية والمستقبلية لأنشطة التسويق الإلكتروني.

تطبيقات الحاسب الآلي في التسويق كود (أدر 4150)

يهدف المقرر إلى تطوير مهارات الطلاب وقدراتهم على استخدام الحاسب الآلي في التعامل مع المشاكل والقضايا في مجال التسويق والتجارة الإلكترونية بشكل أساسي إلا أنه يتناول بشكل عام استخدام المنهج العلم في التفكير وحل المشكلات. لخدمة المجتمع والبيئة المحيطة بشكل ايجابي وكذا التواصل والاتصال الفعال بالآخرين. ويقدم المقرر تفاعلاً مع القضايا الحرجة في مجال التسويق والتجارة الإلكترونية مثل إدارة العلاقات مع العملاء، وسبل التعامل مع المنافسين ومهام التنبؤ بالمبيعات وتخطيط الحصة التسويقية للمنشأة من خلال تقديم هذه المشاكل وكيفية التعامل معها باستخدام أدوات قواعد البيانات والقوائم المالية إكسيل وغيرها من البرمجيات المعروفة في هذا المجال

بحوث التسويق والإعلان (أدر 4230) :

يمد هذا المقرر الطالب بأساس معرفي وتطبيقي عن المفاهيم والمراحل الأساسية لبحوث التسويق ودورها في البيئة الحديثة للأعمال، و المنهجية العلمية المستخدمة في جمع وتسجيل وتحليل بيانات التسويق بهدف مساعدة المديرين في اتخاذ القرارات التسويقية، كما يهتم المقرر بمناقشة الجوانب النظرية وأدوات التحليل الإحصائي للبيانات كما يهتم بالجوانب التطبيقية وعرض الممارسات العملية في بحوث التسويق ويتم ذلك من خلال تعريف الطالب بأهمية بحوث التسويق لمنشأة الأعمال المعاصرة. والتعرف على المنهج العلمي لبحوث التسويق. ومعرفة كيفية إعداد مقترح البحث التسويقي والأقسام التي يجب أن يحتوي عليها. ومعرفة طرق البحث التسويقي وطرق جمع البيانات. ومعرفة أنواع العينات وكيفية اختيار العينة المناسبة للبحث. والقدرة على استخدام الحزمة الإحصائية SPSS في تحليل البيانات واستخراج النتائج. والقدرة على تفسير نتائج التحليل وإعطاء التوصيات المناسبة وكتابة وتقديم التقرير النهائي للبحث

نظم إدارة علاقات العملاء كود (أدر 4231)

يهدف هذا المقرر الى تزويد الدارس بالمفاهيم الاساسية لادارة علاقات العملاء والتواصل الفعال مع العملاء الحاليين والعملاء المتوقعين واططبيق النظم والاتجاهات الحديثة فى إدارة علاقات العملاء ودراسة الاليات والاستراتيجيات التسويقية المعاصرة الداعمة لبناء علاقات متواصلة مع العملاء

تكنولوجيا تسويق الخدمات (أدر 4232) :

يركز هذا المقرر على أنشطة وممارسات وطرق وخطط التسويق في نوعين من المنشآت هما (1) المنشآت التي تمد عملائها بخدمات غير ملموسة (2) والمنشآت التي تنتج وتبيع سلعاً ترتبط بها خدمات ملحقة بها. يناقش المقرر عدداً من الموضوعات الأساسية في مجال تسويق الخدمات بما في ذلك خصائص الخدمات والفروق بين تسويق السلع وتسويق الخدمات وما يترتب عليها من آثار عند تصميم الإستراتيجية التسويقية للخدمات، وسلوك المستهلك في مجال الخدمات، والمزيج التسويقي للخدمات، وكيفية تقييم المستهلك لجودة الخدمة ومستوى رضائه عنها، وتحديد وتقييم العناصر الهامة في الخدمات المقدمة، وكيفية بناء علاقات قوية ومستمرة مع عملاء الخدمات و تفهم الدور المتداخل لكل من مسؤولي الخدمات والعملاء فيما يتعلق بتقديم الخدمة ونجاحها أو فشلها. وفهم وتحليل عناصر المزيج التسويقي السبعة للخدمات (7Ps) والذي يتضمن العناصر الأربعة التقليدية (4Ps) بالإضافة إلى البيئة المادية Physical Environment والعمليات Processes والأفراد أطراف التعامل People وتفهم التداخل بين أنشطة أجهزة التسويق والعمليات والقوى البشرية في منشآت الخدمات والتعرف على المسائل المتعلقة بإدارة وقياس جودة الخدمة ومستوى رضا العملاء. ومعرفة مصادر الميزة التنافسية في منشآت الخدمات و التعرف على كيفية إدارة العرض والطلب في منشآت الخدمات.

إعداد التقارير التسويقية (أدر 4243)

يقدم المقرر عرضاً لنظرية الإتصال الإداري ومهارات وطرق وأشكال الإتصال، وأساليب تطويره بمنشأة الأعمال، وفهماً للعملية التسويقية ودور الإتصال الإداري في هذه العملية. وكذا يناقش المقرر أسس إعداد تقارير التسويق من خلال مراجعة ماهيتها، وأهميتها، وأهدافها، وأنواعها، ومجالاتها في العملية التسويقية، ثم دراسة مكونات التقارير الإدارية وخطوات كتابتها وكيفية عرضها. أيضاً يحاول المقرر مراجعة مبادئ بحوث التسويق مع التركيز على شرح مراحل العملية التسويقية، ومهارات وفنيات وتفاصيل كتابة وإعداد التقرير النهائي للبحث التسويقي. كما يقدم المقرر دراسة لنظم المعلومات التسويقية مع شرح لمكونات البنية الأساسية لهذه النظم وعرض لأنواعها

التسويق الدولي (أدر 4255):

يهدف هذا المقرر الى تزويد الطالب بالمعرفة النظرية والاسس التطبيقية المتعلقة بالتسويق الدولي ، ولذا يهتم مقرر بدراسة أهمية التسويق الدولي بالدول النامية والذي يشمل تعريف التسويق الدولي ونطاقه والمبادئ العلمية للتسويق الدولي والإطار العام للتسويق الدولي وكيفية تقييم الأسواق الدولية والمداخل الاجتماعية في دراسة نظم التسويق الدولي - كما يهتم المقرر بدراسة التحليل والتنظيم لخدمة التسويق الدولي والذي يشتمل على تقييم الفرص التسويقية ومشكلات التنبؤ بالمبيعات وتنظيم عمليات التسويق الدولي - كما يشتمل المقرر على رسم سياسات التسويق الدولي والذي يشتمل على التخطيط الاستراتيجي لنشاط التسويق الدولي (سياسات المنتجات / الأسعار / الترويج والتوزيع والانتماء والشحن والتعبئة وأخيرا التسويق الدولي في مصر.

المشروع الميداني (أدر 4234)

يهدف المقرر إلى تطوير شخصية الطالب العلمية والبحثية بإكسابه القدرة على التأمل في المشاكل الإدارية والبحث عن المعرفة وإستخدام والتعود على التفكير العلمي في المشاكل وتعلم خطواته ومناهجه المختلفة. يعتمد المقرر على قيام الطلاب بإعداد مشروع بحثي متكامل لأحد المشاكل الإدارية سواء لموضوع تعاني منه بيئة الأعمال الحالية أو يوجد له حاجة معرفية أكاديمية. يتم توجيه الطالب وإرشاده لإختيار موضوع بحثي لمشكلة معينة أو لمشروع أعمال صغير يرغب في القيام به ثم يقوم تحت إشراف عضو هيئة تدريس بالقيام بالبحث وكتابة تقرير ومناقشة هذا التقرير. يمر الطالب بتجارب لتعلم وإكتساب مهارات التعرف على المشكلات، وتوصيف وتشخيص المشكلات، جمع المادة العلمية وفهم تراث المشكلة، تصميم وتنفيذ بحث ميداني، وجمع البيانات وتحليلها، والوصول لنتائج بحثية. ثم يتعلم الطالب كيفية الإستنتاج والوصول إلى توصيات للبحث وكتابة تقرير البحث ثم فنيات مناقشة تقرير البحث.

دراسة الجدوى للمشروعات الصغيرة (أدر 4123)

يعرض المقرر أسس ومبادئ دراسة الجدوى بشكل عام مع التطبيق على ظروف المشروعات الصغيرة ورواد الأعمال الذين يقدمون على الدخول في عالم الأعمال سواء لأول مرة أو في ضوء وجود تجارب سابقة لهم. يدرّب المقرر الطلاب على فنيات وضع خطط الأعمال لمشروعاتهم التي ينتون بدءها. ويركز المقرر على تقديم أساس وخلفية عملية تطبيقية على كيفية القيام بخطوات ومراحل إعداد دراسة الجدوى من تحضير للأفكار ودراسة للجدوى البيئية والقانونية ثم الجدوى الفنية وتحضير للقرارات الإنتاجية والجدوى السوقية ودراسة للمنافسة

ووضع تخطيط مبدئي للبرامج التسويقية وأخيراً مراجعة إرشادات إختبارات ما قبل بدء المشروع.

نظم الجودة فى المشروعات الصغيرة (إد4124)

يعرض المقرر أسس ومبادئ إدارة الجودة الشاملة و نظم الجودة، ويعرض ويقدم بالشرح والتمرين أساليب الجودة الشاملة ومداخل التطبيق بالمشروعات الصغيرة. ويركز المقرر على أساليب حلقات الجودة كمدخل لإدارة الجودة الشاملة وأسلوب التحسين المستمر والقياس المقارن بالأفضل وإدارة الجودة الشاملة. كما يتناول المقرر دراسة نظام إدارة الجودة وأيزو 9000 ومتطلبات نظم جودة الإدارة طبقاً للمواصفات الدولية 9001 / 3000 وعرض لتعديلات الموافقة 2008 / أيزو 9001. ويشرح المقرر عوامل نجاح المؤسسات اليابانية في تطبيق إدارة الجودة الشاملة ومعوقات ووسائل تطبيق إدارة الجودة الشاملة بالمؤسسات العربية

نظم التسويق فى المشروعات الصغيرة (إد4125)

يعرض المقرر أسس ومبادئ نظم التسويق للمشروعات الصغيرة. ويتناول المقرر بالشرح إستراتيجيات التسويق وتحديد قطاعات السوق المستهدفة. كما يقدم المنهج فنيات تخطيط القيمة وبناء العلامات والتميز للمستهلك و بناء برامج التسويق للمشروع الصغير. ويشرح المقرر أسس إدارة المبيعات وفنون العرض للمشروعات الصغيرة ويراجع أصول الإعلان والدعاية والاتصال التسويقي بالمشروعات الصغيرة ، وأخيراً يتيح المقرر تدريب الطلاب على فنيات استخدام شبكات التواصل الإجتماعي في التسويق للمشروعات الصغيرة

ادارة متاجر الجملة والتجزئة (إد4126)

يعرض المقرر أسس ومبادئ وظيفة التوزيع بمنشآت الأعمال، كجزء هام من المزيج التسويقي والعملية التسويقية. ويناقش المنهج أنواع وخصائص الوسطاء وتصميم قنوات التوزيع وأسس وضع إستراتيجيات وشبكات ونظم التوزيع. ثم يعرض المقرر تفاصيل إدارة متاجر الجملة والعلاقات مع العملاء و إدارة متاجر التجزئة وفنون العرض بالمعارض والمحال وكذا إدارة منشآت الوكلاء والسماسة. ثم يتناول المقرر تقديم فنيات تصميم وإدارة نظم وقنوات التوزيع الإلكترونية. ويعرض المقرر في نهايته المشاكل والتحديات الخاصة بالتوزيع بالمشروعات الصغيرة.

إدارة حاضنات المشروعات الصغيرة (إد3217)

يعرض المقرر أسس ومبادئ إدارة حاضنات الأعمال والتوجه الريادي وكذا دور حاضنات الأعمال في التنمية الإقتصادية. يشرح المقرر الأنواع المتعددة لحاضنات الأعمال والجهات الداعمة لها وكيفية تمويلها وأساليب تقديمها لخدمات الدعم والمساندة للمشروعات الصغيرة.

ويناقدش المقرر أسس وفنيات إدارة حاضنات الأعمال وكذا أهم المشاكل والتحديات وطرق وضع الإستراتيجية والتنظيمات ونظم العمل لمثل هذه الحاضنات. ويقدم المقرر عوامل نجاح حاضنات الأعمال من خلال مراجعة تجارب وحالات عالمية وعربية مختلفة، كما يناقش في نهايته حاضنات الأعمال التكنولوجية وحاضنات أعمال الإنترنت وأفاق المستقبل في هذا المجال

تحليل وتصميم النظم الإدارية كود (إدر3218)

يعرض المقرر أسس ومبادئ تحليل وتصميم النظم، وكيفية استخدام تحليل وتصميم النظم في الإدارة وإتخاذ القرارات. يتيح المقرر عرض التدريب على استخدام أساليب الذكاء الاصطناعي في دعم إتخاذ القرارات و تطبيقات النظم الخبيرة في دعم إتخاذ القرارات وكذا تطبيقات نظم قواعد المعرفة في دعم إتخاذ القرارات وتطبيقات أسلوب الشبكات العصبية في دعم إتخاذ القرارات. أيضاً يقدم المقرر فنيات استخدام الخوارزميات في تحليل وتصميم النظم الإدارية كما يناقش أسس تحليل وتصميم البنية الأساسية الإدارية الشاملة.

تكنولوجيا إدارة وتنمية الشركات العائلية (إدر4229)

يعرض المقرر أسس ومبادئ إدارة الشركات العائلية بداية بعرض مفهومها وطبيعتها وأهميتها ودورها في تطوير روح التوجه الريادي في المجتمعات ودورها في التنمية الإقتصادية للدول، ثم الإختلافات بينها وبين الأنواع الأخرى من الشركات. يعتمد المقرر على استخدام أسلوب السيمينارات العلمية لمناقشة موضوعات مثل التحديات والمشكلات التي تواجه الشركات العائلية الأدوار ومراحل نمو الشركات العائلية وغير العائلية والتخطيط الاستراتيجي في الشركات العائلية ثم دور الحكومة في توظيف دور الشركات العائلية للتنمية.

إدارة وكالات الدعاية والإعلان (إدر4233)

يهدف هذه المقرر إلى دراسة مبادئ وأسس الإتصالات التسويقية مع التركيز على وسائل الإعلان المستخدمة في السوق المصري، مع استعراض سلبيات وإيجابيات كل وسيلة والتعرف على المعايير العلمية والمهنية المستخدمة في عملية المفاضلة بين الوسائل المتاحة حتى يتمكن الطالب في النهاية من اختيار مزيج الوسائل الإعلانية التي تتوافق مع الأهداف التسويقية والأهداف الترويجية للحملة الإعلانية وذلك في إطار الميزانية المخصصة للنشاط الإعلاني في المنشأة. بالإضافة الى ذلك سيركز المقرر على تقديم منهج متكامل للعلاقات العامة والدعاية والإعلان وفنيات إدارة وكالات الدعاية والإعلان بشكل عام.

المقررات المشتركة

مقررات يشارك أقسام شعبة العلوم المالية والإدارية (الثلاثة) في تدريسها:

مقدمة في تكنولوجيا المعلومات (نظم 1101) :

يهدف المقرر إلى تعريف الطلاب بكل من الدور الإستراتيجي لنظم المعلومات الإدارية في منشآت الأعمال ودورها في اتخاذ القرارات الإدارية، بالإضافة إلى توضيح المفاهيم الأساسية لنظم المعلومات الإدارية، مكونات وأجزاء الحاسب الآلي وعرض لعملية تطوير نظم المعلومات الإدارية، دراسة أخلاقيات الأعمال في مجال نظم المعلومات وأمن المعلومات والمفاهيم الأساسية للمنظمات الإلكترونية. ويركز المقرر في ذلك على إكساب الطالب مهارات أساسيات بناء نظم قواعد البيانات التي تعتبر حجر الأساس لبناء أي بنية أساسية تقنية معلومات لأي منشأة

دراسات تجارية باللغة الانجليزية (مشك 1201)

ويعتبر هذا المقرر من المتطلبات الأساسية للجامعة يتم فيه دراسة اللغة الانجليزية. ويقدم في المقرر الأسس العامة ومهارات الاتصال والكتابة بهذه اللغة، بهدف رفع قدرة الطالب على التعبير لغوياً والبحث والدراسة والتواصل في المجالات التجارية باستخدام هذه اللغة. وبالنسبة للجزء الخاص بقسم العلوم الإدارية:

This part of the course aims to introduce business administration basics in a very compact format. Main topics covered are: Principles of Management; Entrepreneurship & Small Business Management; Marketing Management; Financial Management; Production Management; Human Resource Management; Information Systems