هيئة جودة التعليم والتدريب
Education & Training Quality Authority
Kingdom of Bahrain - مملكة البحرين

إدارة مراجعة أداء مؤسسات التعليم العالي

ملخص تقرير مراجعة البرامج الأكاديمية

الجامعة الملكية للبنات

كلية العلوم المالية والإدارية

بكالوريوس إدارة الأعمال في التسويق

مملكة البحرين

تاريخ الزيارة الميدانية: 3 – 6 أكتوبر 2021

HA026-C3-R026

جميع حقوق الطبع والنشر محفوظة لهيئة جودة التعليم والتدريب – مملكة البحرين 2022

أ. مقدمة

بموجب التفويض المخول لها، تقوم هيئة جودة التعليم والتدريب في مملكة البحرين، من خلال إدارة مراجعة أداء مؤسسات التعليم العالي، بإجراء نوعين من المراجعات التي تكمل إحداهما الأخرى، وهما: "المراجعات المؤسسية" التي يتم فيها تقييم المؤسسة بشكل عام، و"مراجعات البرامج الأكاديمية" التي يتم من خلالها تقييم مستوى جودة معايير التعليم والتعلم، والمعايير الأكاديمية، للبرامج الأكاديمية المقدمة في مختلف الكليات، وذلك وفق معايير ومؤشرات محددة يوضحها إطار مراجعة البرامج الأكاديمية.

بعد تعديل إطار مراجعة البرامج الأكاديمية (الدورة الأولى) وفق إجراءات "هيئة جودة التعليم والتدريب"، تم إقرار إطار مراجعة البرامج الأكاديمية (الدورة الثانية) من قبل مجلس الوزراء وذلك بموجب القرار رقم 17 لعام 2019. ومن ثم، بدأت "إدارة مراجعة أداء مؤسسات التعليم العالي" دورتها الثانية لمراجعة البرامج الأكاديمية في العام الأكاديمي 2019–2020.

يستند إطار مراجعة البرامج الأكاديمية (الدورة الثانية) على (4) معايير رئيسة تتضمن (21) مؤشرًا، وتشكل أساسًا لتقارير مراجعة البرامج الأكاديمية بمؤسسات التعليم العالي.

المعايير **الأربعة** المستخدمة في قياس ما إذا كان البرنامج مستوفيًا للمعايير الدولية، وهي كالتالي:

المعيار 1: ***برنامج التعلُّم***
المعيار 2: ***كفاءة البرنامج***
المعيار 3: ***المعايير الأكاديمية للطلبة والخريجين***
المعيار 4: ***فاعلية إدارة وضمان الجودة***

تقرر لجنة المراجعة (المشار إليها فيما بعد باسم "اللجنة") في تقرير المراجعة، إذا كان البرنامج مستوفيًا لكل معيار من هذه المعايير الأربعة أم لا. كما يُمْنَحُ حكمٌ لكل مؤشر مندرج تحت كل معيار من هذه المعايير، ويكون الحكم ("مستوف" أو "مستوف جزئيًّا" أو "غير مستوف")، وهذا سيؤدي إلى إصدار حكم نهائي لكل معيار، كما هو مبين في الجدول (1) أدناه.

الجدول (1): وصف الأحكام

الحكم	الوصف
جدير بالثقة	جميع المعايير الأربعة مستوفاة
هناك قدر محدود من الثقة	استيفاء اثنين أو ثلاثة من المعايير، بما فيها المعيار الأول
غير جدير بالثقة	استيفاء معيار واحد فقط، أو عدم استيفاء كافة المعايير
	في جميع الحالات وعندما يكون المعيار الأول غير مُستوفٍ

يبدأ تقرير مراجعة البرنامج الأكاديمي بتقديم بيانات البرنامج قيد المراجعة، يتبعها ملخص عن الأحكام الممنوحة لكل مؤشر، وكل معيار، والحكم العام للبرنامج.

ويتناول التقرير تحليلاً لحالة البرنامج، وقت إجراء المراجعة، وذلك وفقًا للمعايير والمؤشرات والتوقعات المُدْرَجة تحت كل مؤشر من المؤشرات. ويختتم التقرير بالخلاصة وقائمتي جوانب التقدير والتوصيات.

ب. بيانات البرنامج

اسم المؤسسة*	الجامعة الملكية للبنات
الكلية/ القسم*	كلية العلوم المالية والإدارية
اسم البرنامج/ المؤهل الأكاديمي*	بكالوريوس إدارة الأعمال في التسويق
رقم اعتماد المؤهل الأكاديمي	خطاب مجلس التعليم العالي رقم: (2008/– م ت أ 77) لسنة 2008 قرار مجلس الوزراء رقم: (1/1/9ش) لسنة 2002 قرار مجلس التعليم العالي رقم: (93) لسنة 2008
مستوى (الإطار الوطني للمؤهلات)	–
فترة الصلاحية في (الإطار الوطني للمؤهلات)	–
عدد الوحدات*	(44) مقررًا دراسيًّا (132 ساعة معتمدة)
الساعات المعتمدة (الإطار الوطني للمؤهلات)	528
أهداف البرنامج*	• تزويد الطالبات بالمعرفة والفهم لمجموعة واسعة من النظريات، والنماذج، والمبادئ، والمفاهيم في التسويق. • تزويد الطالبات بفهم للبيئة الديناميكية التي تعمل من خلالها المنظمات، وتصنع القرارات الخاصة بالتسويق. • تطوير مهارات الطالبات التحليلية والكمية، التي ستمكنهن من التقييم الناقد، والبحث عن حلول

	للمشكلات والتحديات في مجال التسويق. • تنمية إدراك الطالبات للنتائج الأخلاقية والمجتمعية المترتبة على قرارات وإجراءات التسويق. • تخريج خريجات يتمتعن بمجموعة من المعارف، والمهارات، والسمات، التي تهدف إلى تعزيز قدراتهن على إيجاد وظيفة مستقبلًا، كمهنيَّات في مجال التسويق وتطوير إدارة الأعمال، و/أو مواصلتهن الدراسات العليا. • تعزيز مهارات التعلم المستمر مدى الحياة، والتنمية الشخصية، لدى طالبات البرنامج؛ لمساندتهن في الحصول على وظيفة، ودعم طموحاتهن الوظيفية، وتشجيعهن على المساهمة الفعالة في المجتمع.
مخرجات التعلم المطلوبة للبرنامج*	• A1. إظهار المعرفة والفهم لطبيعة مجال التسويق، ومساهمته في أداء المنظمات. • A2. إظهار المعرفة والفهم لمختلف العمليات المتعلقة بإدارة الأعمال والتسويق، والإجراءات والنظريات، والممارسات؛ من أجل إدارة فعالة للمنظمات. • A3. تحليل الخيارات الاستراتيجية المتاحة، وتقييم كيفية اتخاذ قرارات التسويق في مختلف الحالات والسياقات الداخلية والخارجية. • B1. تحديد وتطبيق الطرائق، والأدوات، والتقنيات الرئيسة، التي يستخدمها المسوقون؛ لتحليل بيئة إدارة الأعمال والاستجابة لها. • B2. إظهار فهم لكيفية وضع خطط واستراتيجيات

	التسويق ضمن سياق محلي وإقليمي. • B3. إظهار الوعي بمفاهيم، ونظريات، وأدوات إدارة علاقات العملاء، وإدارة الخدمات، وإدارة العلامات التجارية، والتسويق الإلكتروني، والاتصالات، وإدارة القنوات في سياق الممارسات المحلية والعالمية. • C1. تقييم قدرة التسويق على التأثير، وتلبية التوقعات المتنوعة والمعقدة للجهات ذات العلاقة تقييمًا ناقدًا. • C2. تطبيق النظرية والتوفيق بين النتائج – بشكل مناسب – من أجل تقييم بدائل القرار في بيئة تسويقية. • D1. دمج المفاهيم من المقررات الدراسية المختلفة لمجال إدارة الأعمال؛ من أجل فهم المشكلات المتعلقة بإدارة الأعمال، وكذلك إيجاد وإيصال التحليل والحلول المناسبة في مجال التسويق. • D2. توظيف مجموعة من الطرائق؛ لإجراء الأبحاث النوعية و/أو الكمية في مجال التسويق. • D3. إظهار الإدارة الذاتية الفعالة فيما يتعلق بإدارة الوقت، والتخطيط، والسلوك، والتحفيز، والبدء الذاتي، والمبادرات، والمؤسسات الفردية، والأداء الفعال، من خلال بيئة العمل الجماعي، بما في ذلك مهارات القيادة وبناء الفريق، ومهارة التأثير، ومهارات إدارة المشروع. • D4. الالتزام بأخلاقيات المهنة، وما يقابلها من قوانين الممارسة المهنية، والمسئولية المجتمعية.

* حقول إلزامية

ج. ملخص الأحكام

حكم البرنامج
جدير بالثقة

المعيار/ المؤشر	العنوان	الحكم
المعيار (1)	**برنامج التعلم**	**مستوف**
المؤشر 1.1	إطار التخطيط الأكاديمي	مستوف
المؤشر 1.2	مواصفات الخريجين ومخرجات التعلم المطلوبة	مستوف جزئيًّا
المؤشر 1.3	محتوى المنهج الدراسي	مستوف
المؤشر 1.4	التعليم والتعلم	مستوف
المؤشر 1.5	إجراءات التقييم	مستوف
المعيار (2)	**كفاءة البرنامج**	**مستوف**
المؤشر 2.1	قبول الطلبة	مستوف
المؤشر 2.2	أعضاء هيئة التدريس	مستوف جزئيًّا
المؤشر 2.3	الموارد المادية	مستوف
المؤشر 2.4	نظم إدارة المعلومات	مستوف
المؤشر 2.5	المساندة الطلابية	مستوف
المعيار (3)	**المعايير الأكاديمية للطلبة والخريجين**	**مستوف**
المؤشر 3.1	فاعلية التقييم	مستوف جزئيًّا

المؤشر 3.2	النزاهة الأكاديمية	مستوف
المؤشر 3.3	التدقيق الداخلي والخارجي للتقييم	مستوف جزئيًّا
المؤشر 3.4	التعلم القائم على العمل	مستوف
المؤشر 3.5	عنصر مشروع التخرج أو الرسالة/ الأطروحة	مستوف
المؤشر 3.6	إنجازات الخريجين	مستوف
المعيار (4)	**فاعلية إدارة وضمان الجودة**	**مستوف**
المؤشر 4.1	إدارة ضمان الجودة	مستوف
المؤشر 4.2	إدارة وقيادة البرنامج	مستوف
المؤشر 4.3	المراجعة السنوية والدورية للبرنامج	مستوف جزئيًّا
المؤشر 4.4	المقايسة المرجعية والاستبانات	مستوف جزئيًّا
المؤشر 4.5	متطلبات سوق العمل والاحتياجات المجتمعية	مستوف

د. الخلاصة

مع الأخذ في الاعتبار تقرير التقييم الذاتي للبرنامج، والأدلة التي تم جمعها من المقابلات والوثائق التي تم توفيرها أثناء الزيارة الميدانية؛ توصلت لجنة المراجعة إلى الاستنتاج التالي:

وفقًا لدليل مراجعة البرامج الأكاديمية (الدورة الثانية – 2020)؛ فإن برنامج بكالوريوس إدارة الأعمال في التسويق المطروح في كلية العلوم المالية والإدارية بالجامعة الملكية للبنات قد حصل على **حكم: "جدير بالثقة"**.

وفيما يتعلق بالممارسات الجيدة في البرنامج، تلاحظ اللجنة – *مع التقدير* – ما يلي:

1. شهادتا الاعتماد الجزئي "اعتماد بيرسون للبرامج" الخاصتان بتقييم مستوى النجاح الوظيفي، المقدمتان من قبل مركز الدراسات العامة، والمتاح فرصة الحصول عليهما لجميع طالبات الجامعة، بما في ذلك طالبات كلية العلوم الإدارية والمالية.
2. المبادرات المختلفة المتوفرة للطالبات؛ للحصول على الاستشارات والإجابات على أسئلتهن واستفساراتهن.
3. إجراءات الكشف المبكر، والمتابعة، والدعم، المطبقة من قبل الجامعة؛ لمساعدة الطالبات المعرضات لخطر الإخفاق الأكاديمي.
4. المرونة والاستجابة السريعة التي تبديها الكلية؛ للتعامل مع الظروف الاستثنائية، وضمان سلامة الطالبات دون المساس بهيكل البرنامج.
5. التنظيم والإدارة لخبرة التعلم القائم على العمل، وتطبيقها على نحو متسق، وبفاعلية تشمل جميع جوانبها.
6. الجهود المبذولة من قبل الكلية؛ لإبلاغ الجهات ذات العلاقة بالتغييرات التي تم إجراؤها بناء على التغذية الراجعة التي أدلوا بها.

وبالنسبة لأوجه التحسين، *توصي* اللجنة أنه يجب على كلية العلوم المالية والإدارية:

1. إنشاء آلية صارمة؛ للتأكد من التوافق التام بين الأهداف الإستراتيجية على مستوى الكلية من جهة، وأهداف ومخرجات التعلم الخاصة ببرامجها من جهة أخرى.

2. الإسراع في الانتهاء من عملية ربط مخرجات التعلم المطلوبة للمقررات الدراسية بمخرجات التعلم المطلوبة للبرنامج، وإدراج هذه العملية ضمن الوثائق الخاصة بتوصيفات كل مقرر دراسي على حدة.

3. مراجعة وضبط ربط المقررات الدراسية بمخرجات التعلم المطلوبة للبرنامج؛ لضمان تحقيق مزيد من الدقة والفاعلية في المواءمة بينهما.

4. إجراء مزيد من المراجعات الدورية للبرنامج؛ لضمان ملاءمة وحداثة المناهج الدراسية للمقررات، لمواكبة متطلبات سوق العمل الحالي، وأحدث التطورات في مجال التسويق.

5. توسيع قائمة المواد الاختيارية الرئيسة؛ لتغطية الموضوعات الحديثة في مجال التخصص، مثل: (التكنولوجيا المالية، والتحليل المشترك للتسويق، وقيمة العميل الدائمة).

6. الإسراع في تطبيق الحد الأدنى لمجموع الدرجات اللازمة للقبول بالبرنامج.

7. الإسراع في إجراء عملية المقايسة المرجعية القائمة حاليًا، وتوضيح كيفية تأثير مستوى أداء الطالبات في تعديل سياسة القبول بالبرنامج.

8. توضيح المعايير المستخدمة لتعيين أعضاء هيئة التدريس في الدرجات الأكاديمية المختلفة.

9. مراجعة العبء الأكاديمي؛ لتوفير مزيد من الوقت لأعضاء هيئة التدريس، لإجراء أبحاث مؤثرة يمكن نشرها في الدوريات الأكاديمية ذات السمعة الجيدة.

10. النظر في تعيين مزيد من أعضاء هيئة التدريس، ولاسيما ذوي المهارات المتعلقة بتطبيق التقنيات الرقمية الناشئة حديثًا في مجالات إدارة الأعمال بالكلية، ويفضل أن يكون من بينهم أساتذة بدوام كامل (متفرغون).

11. إنشاء آليات مناسبة؛ لضمان معايير تقييم أكثر وضوحًا، وشفافية، وإنصافًا، لجميع المقررات الدراسية بالبرنامج.

12. مراجعة نسبة التشابه المقبولة، وتحديد أفضل التدابير والآليات؛ لتحديد حالات الانتحال الأكاديمي، بالإضافة إلى نسبة التشابه.

13. مراجعة معايير اختيار المدققين الخارجيين؛ للتأكد من أنها أكثر وضوحًا، وتظهر التنوع والاستقلالية، وأن مؤهلات وتخصصات المدققين تتوافق – على نحو جيد – مع المقررات الدراسية الخاضعة للتحقق والتدقيق.

14. تعديل الكتيب الإرشادي الخاص بمشروع التخرج في إدارة الأعمال؛ ليشمل – بشكل واضح – أدوار ومسئوليات كل من المشرف والطالبة.

15. تعديل مخطط تقييم منح الدرجات الخاص بمشروع التخرج في إدارة الأعمال؛ لجعله يتوافق – على نحو أفضل – مع مخرجات التعلم المطلوبة للبرنامج، وأن يكون أكثر تفصيلًا ووضوحًا فيما يتعلق بمستوى الأداء المتوقع من الطالبات في مشروع التخرج.

16. إجراء دراسة رسمية؛ لمعرفة أسباب الانخفاض النسبي في معدلات الالتحاق بالبرنامج، إلى جانب الارتفاع النسبي في معدلات الفصل من البرنامج، أو الانقطاع عنه، أو الانسحاب منه؛ للتمكن من وضع خطة للتخفيف وفقًا لذلك.

17. إجراء المزيد من التعديلات – في الوقت المناسب – على السياسات الرئيسة للكلية.

18. إعداد تقرير سنوي – على مستوى البرنامج – يشمل خطة للتحسين ذات صلة (عند الضرورة).

19. تنظيم إجراء المراجعات الدورية دون تأخير، وبما يتوافق مع سياسات وإجراءات الجامعة؛ للتأكد من إجراء التدقيق المناسب والشامل للبرنامج على أساس متسق ومنتظم.

20. الإسراع في تنفيذ المقايسات المرجعية للبرنامج على نحو شامل ومنظم، مع الحرص على مزيد من الالتزام بسياسة المقايسة المرجعية الخاصة بالجامعة، وشرح أكثر وضوحًا لكيفية الاستفادة من نتائج المقايسة المرجعية في تحسين البرنامج.

21. إيجاد مزيد من الأساليب؛ لزيادة معدلات الاستجابة للمشاركة في الاستبانات، والتأكد من تحليل الأجوبة الواردة فيها، ونشرها على مستوى البرنامج بشكل منظم؛ للاسترشاد بها في صنع القرارات المتعلقة بالبرنامج.

22. إجراء مراجعة شاملة لجميع الآليات المستخدمة؛ لمتابعة مدى تلبية البرنامج لمتطلبات العمالة والمجتمع؛ للتأكد من فاعلية هذه الآليات، واستمرار ملاءمتها للغرض.