

دراسة السوق

تتم بتحديد الاحتياجات المتوقعة للسوق الحالية والمستقبلية لخريجي البرنامج، وذلك بتقدير حجم طلب السوق المتوقع على خريجي البرنامج، وتوقعات الزيادة أو النقصان على الطلب، من خلال العودة إلى أساليب المنافسة المحلية والأجنبية كماً وكيفاً.

ويمكن تحديد دراسة السوق للبرنامج المنوي فتحه بالإجابة عن التساؤلات الآتية:

- ما هو العدد المتوقع لخريجي هذا البرنامج، وما هي المخرجات التعليمية التي سيقدمها؟
- ما هي الاحتياجات الحقيقية، سواء الحالية أو تلك المستقبلية لخريجي البرنامج ومخرجاته؟
- ما هي المخاطر المتوقعة لاحتياجات السوق في ظل المنافسة المحلية والأجنبية؟

تستلزم دراسة السوق فحص كل من جانبي الطلب والعرض على البرنامج، كما تتطلب الإشارة إلى خصائص الخريجين وفرص العمل المتاحة لهم.

جدول 1 مكونات دراسة السوق

مكونات دراسة السوق	الوصف/المحتوى
1. المقارنة مع المؤسسات التعليمية	- قائمة بالمنافسين المحليين - أذكر ما لا يقل عن 3 جامعات إقليمية تعتبر كبداية من قبل الطلبة - جامعات دولية لتحديد اتجاهات المستقبل
2. تحديد الموقف التنافسي	- الميزة التنافسية للبرنامج الجديد مقارنة بالجامعات/البرامج المنافسة - تحليل نقاط القوى والضعف - العودة إلى بيانات الدليل الإحصائي لمؤسسات التعليم العالي
3. إحصاءات فرص العمل	- إحصاءات حول الفرص المحتملة للعمل محلياً ودولياً (يمكن الحصول على هذه الإحصاءات من مراكز متخصصة أو لها علاقة بالموضوع مثل، PCBS, Chamber of Commerce, Institutions that deliver training for graduates such as Education for Employment (EFE)... - ذكر مصادر البيانات والأساليب المتبعة لجمع معلومات سوق العمل (موثوقية البيانات وصحتها)
1. دمج اتجاهات المستقبل	- الاتجاهات التطورية (على سبيل المثال، الذكاء الاصطناعي، تحليل الأعمال، تكنولوجيا المعلومات، تحليل البيانات، الطاقة المتجددة، الاستدامة) التي تم اعتبارها في البرنامج - مواكبة التطورات العالمية - التوافق مع التقدم الصناعي والتكنولوجي
2. استراتيجيات تسمية البرامج	- الأسماء المقترحة للبرامج الجديدة أو تعديلات البرامج الحالية - السبب وراء اختيار الأسماء
3. الموارد (البشرية والمادية)	- عدد أعضاء الهيئة التدريسية المتاحين للبرنامج الجديد - إذا كان هناك حاجة إلى أعضاء هيئة تدريس جديدة: العدد،

التخصص، الدرجة العلمية المطلوبة - المرافق الأكاديمية مثل: المباني، القاعات، الفصول، المختبرات، الحقول...	
- توقع أعداد الطلبة (يمكن الحصول على عدد الطلبة المتوقع استقطابهم من خلال الاستبيانات أو المقابلات ...) - خطة استهداف المدارس وإطلاق التخصص الجديد	4. توقعات التسجيل من أجل استدامة البرنامج
- توثيق المقابلات مع شركات التوظيف والمؤسسات - آليات تجميع المعلومات من مركز الإحصاء الفلسطيني PCBS، النقايات المختلفة حسب التخصص، الغرف التجارية، مسوحات الطلبة)	5. الأدلة الداعمة