

التخطيط الاستراتيجي لمشروعات تطوير البرامج والكليات الأكاديمية
"دراسة تطبيقية لمشروع تطوير مسمى كلية الاقتصاد المنزلي"

The Strategic planning for program development projects and academic colleges
"An Applied Study of the naming development Project of the Faculty of Home Economics"

د. حنان عبدالسلام جمبي

عميدة كلية الاقتصاد المنزلي - جامعة الملك عبد العزيز

د. أمال عبدالقادر باصفار

وكيلة التطوير بكلية الاقتصاد المنزلي - جامعة الملك عبد العزيز

د. ايمن إبراهيم بدر سركن

استاذ مشارك التصميم الداخلي - جامعة الملك عبد العزيز

كلمات دالة: Keywords

الاعتماد البرامجي
Program Accreditation
التخطيط الاستراتيجي
Strategic Planning
الاقتصاد المنزلي
Home Economy
التصميم
Design
علوم الإنسان
Human Sciences
العلوم التطبيقية
Applied Sciences

ملخص البحث Abstract:

وفقاً لتوجهات مع توجهات جامعة الملك عبد العزيز في التطوير والتحسين المستمر، وتماشياً مع رؤية المملكة 2030 وبرامج التحول الوطني 2020 للمملكة العربية السعودية تتطلع كلية الاقتصاد المنزلي إلى التطوير وفق أسس علمية مدروسة تضمن نجاحاً كبيراً لخطى التقدم. ويمثل المشروع الأول (تغيير اسم الكلية) من الخطة الاستراتيجية الأولى (عزم) لكلية الاقتصاد المنزلي إحدى الخطوات الهامة والرئيسية نحو التحسين والتطوير. حيث سوف يعالج تطوير مسمى كلية الاقتصاد المنزلي العديد من المشكلات والتحديات الإدارية والأكاديمية بشكل فعال، ويؤدي إلى الارتقاء بالمستوى الأكاديمي والمهني للطالبات والمخرجات التعليمية للكلية. ويعتمد البحث على تفعيل اسس التخطيط الاستراتيجي في التعامل مع مشروع تغيير و تطوير مسمى كلية الاقتصاد المنزلي حيث يعد المشروع المسار العلمي الأمثل نحو تحسين بيئة العمل الداخلية وتعزيز الصورة الذهنية عن الكلية ومجالات الأقسام العلمية في الكلية (التصميم الداخلي والاثاث، الملابس والنسيج، الغذاء والتغذية، دراسات الطفولة، والعلوم الاسرية). وكذلك تعزيز الشراكة مع الجهات الأكاديمية المناظرة محلياً وعالمياً والمراكز المعرفية والجهات الأخرى ذات العلاقة بمجالات الكلية. كما سيحقق هدف الكلية المنشود نحو تطبيق الجودة والحصول على الاعتماد الأكاديمي البرامجي استكمالاً لإنجاز الجامعة في الحصول على الاعتماد المؤسسي. ويتناول البحث في منهجيته العلمية رصد التطور التاريخي للكلية والتحديات والصعوبات التي تواجهه الخريجات تحت المسمى الحالي وعرض الملامح والاهداف الاساسية للخطة الاستراتيجية الأولى (عزم) والتي ينبثق التخطيط الاستراتيجي لمشروع تغيير مسمى الكلية تحت مظلتها الي جانب عمل المقارنات المرجعية ودراسات الحالة التحليلية للكليات المناظرة التي اجتازت عمليات التطوير المماثلة، بالإضافة الي عمل الدراسات الاستقصائية والاستبيانية لقياس مدى حاجة المجتمع وسوق العمل الي تغيير مسمى الكلية واختيار احد مسميات الكلية المقترحة.

Paper received 10th January 2018, accepted 10th March 2018, published 1st of April 2018

تحت المسمى الحالي وعرض الملامح والاهداف الاساسية للخطة الاستراتيجية الأولى (عزم) والتي ينبثق التخطيط الاستراتيجي لمشروع تغيير مسمى الكلية تحت مظلتها الي جانب عمل مقارنات مرجعية ودراسات حالة تحليلية للكليات المناظرة التي اجتازت عمليات التطوير المماثلة، بالإضافة الي عمل الدراسات الاستقصائية والاستبيانية لقياس مدى حاجة المجتمع وسوق العمل الي تغيير مسمى الكلية واختيار احد مسميات الكلية المقترحة.

مشكلة البحث Statement of the problem:

تتلخص المشكلة البحثية في كيفية تطوير مسمى كلية الاقتصاد المنزلي بحيث يتماشى مع طبيعة الأقسام العلمية المتنوعة التي تشملها الكلية، وكيفية تحقيق التوافق مع الجهات الأكاديمية المعتمدة والمناظرة محلياً وعالمياً.

أهداف البحث Objectives:

- يهدف مشروع تطوير مسمى كلية الاقتصاد المنزلي إلى ما يلي:
- 1- الارتقاء بالمستوى الأكاديمي والمهني لطالبات ومخرجات الكلية.
 - 2- تحسين بيئة العمل الداخلية وتعزيز الصورة الذهنية عن الكلية ومجالات الأقسام العلمية.
 - 3- تحقيق التوافق مع الجهات الأكاديمية المناظرة محلياً وعالمياً.
 - 4- تطبيق الجودة والحصول على الاعتماد الأكاديمي البرامجي.

أولاً: الإطار النظري Theoretical Framework:
التطور الأكاديمي لكلية الاقتصاد المنزلي

مقدمة Introduction:

تماشياً مع رؤية المملكة العربية السعودية 2030 ومع برامج التحول الوطني 2020 بالمملكة، وتطلعا لتنفيذ توجهات جامعة الملك عبد العزيز في التطوير والتحسين المستمر، تسعى كلية الاقتصاد المنزلي إلى التطوير وفق أسس علمية مدروسة تضمن نجاحاً كبيراً ومستمرًا. ويمثل المشروع الأول من الخطة الاستراتيجية الأولى (تغيير اسم الكلية) إحدى الخطوات الهامة والرئيسية نحو التحسين والتطوير. حيث يعالج تطوير مسمى كلية الاقتصاد المنزلي العديد من المشكلات والتحديات الإدارية والأكاديمية بشكل فعال، كما يؤدي إلى الارتقاء بالمستوى الأكاديمي والمهني للطالبات والمخرجات التعليمية للكلية. وتعتمد هذه الدراسة على تفعيل اسس التخطيط الاستراتيجي في التعامل مع مشروع تغيير وتطوير مسمى كلية الاقتصاد المنزلي حيث يعد المشروع المسار العلمي الأمثل نحو تحسين بيئة العمل الداخلية وتعزيز الصورة الذهنية عن الكلية ومجالات الأقسام العلمية في الكلية (التصميم الداخلي والاثاث، الملابس والنسيج، الغذاء والتغذية، دراسات الطفولة، والعلوم الاسرية). وكذلك تعزيز الشراكة مع الجهات الأكاديمية المناظرة محلياً وعالمياً والمراكز المعرفية والجهات الأخرى ذات العلاقة بمجالات الكلية. كما يحقق هدف الكلية في تطبيق الجودة والحصول على الاعتماد الأكاديمي البرامجي استكمالاً لإنجاز الجامعة في الحصول على الاعتماد المؤسسي. ويتناول البحث في منهجيته العلمية رصد التطور التاريخي للكلية والتحديات والصعوبات التي تواجهه الخريجات

للنزل، مع التركيز بوجه خاص على تعزيز رفاهية الإنسان.
تطور اقتصاد المستهلك، وإدارة موارد الأسرة، والعلوم الاسرية "Consumer economics and home family resource management" الى "management".

4. تخصص الملابس والنسيج "Clothing and textiles" تحول الى وإدارة الانتاج والتصنيع "Textiles Science"، ثم الى علوم الانسجة والتصنيع والخامات وحيث أصبحت الملابس والمنسوجات أكثر ترويجاً للعديد من السلع الاستهلاكية.

في "سكوتسديل" بولاية أريزونا عقد مؤتمر بعنوان: "تحديد موضع المهنة" للقرن الـ 21 لأربعة من المنظمات المهنية هم: (اقتصاديات رابطة الرئيسية الأمريكية، قسم التدبير المنزلي، رابطة المهني الأمريكية، والرابطة الوطنية للإرشاد الاقتصادي المنزلي، والمجلس الوطني للمشرفين الاقتصادي المنزلي)، حيث اعتمدت تغيير الاسم "الاقتصاد المنزلي" في عام 1994م، هذا وقد اختيرت " العلوم الإنسانية" بدلاً عن ذلك، وعلى الصعيد الدولي فإنه يشار في المقام الأول إلى " الاقتصاد المنزلي"، ولكن بأسماء أخرى متنوعة مثل: علم البيئة الانسانية، وعلم الانسان (Norman, 2010).

تطور المراحل الزمنية لكلية الاقتصاد المنزلي

- 1401 هـ - تأسست كلية الاقتصاد المنزلي تحت مظلة كلية الاقتصاد والإدارة
- 1406 هـ - تسكين الاقتصاد المنزلي بكلية التربية التابعة لجامعة الملك عبد العزيز بالمدينة المنورة
- 1424 هـ - تحولت كلية التربية بالمدينة المنورة الى جامعة طيبة
- 1428 هـ - عميدة شطر الطالبات ترأس مجلس الاقتصاد المنزلي
- 1435 هـ - أصبح الاقتصاد المنزلي كلية مستقلة بناء على القرار الإداري رقم (3198/ق) بتاريخ (22/2/1435 هـ) الذي شمل بعض البنود التي تخص الاقتصاد المنزلي كما يلي:
- نقل ودمج شعبة الغذاء وعلوم الأطعمة من التصاميم والفنون الى قسم الغذاء والتغذية
- نقل ودمج شعبة السكن وإدارة المنزل الى قسم الإسكان وإدارة المنزل
- قسم «الاقتصاد المنزلي التربوي» أصبح قسم «العلوم الاسرية»
- نقل ودمج قسم الفنون الإسلامية من الاقتصاد المنزلي الى قسم الرسم والفنون بكلية التصاميم والفنون.

الخطة الاستراتيجية الأولى (عزم)

تم العمل على اعداد الخطة الاستراتيجية الأولى للكلية (عزم) وتم الموافقة عليها من إدارة جامعة الملك عبد العزيز باعتماد توصيات محضر مجلس الكلية رقم (37/67394/د) لكلية الاقتصاد المنزلي للفصل الدراسي الثاني من العام الجامعي (1437/1436 هـ) المنعقد بتاريخ (12/5/1437 هـ)، المتضمن اعتماد التوصية "الثانية" بخصوص الموافقة على الخطة الاستراتيجية الأولى للكلية.

الرؤية

الريادة الإقليمية في العلوم الأسرية والمجتمعية والبيئية.

في ضوء التغير والتطور السريع في مناخ الحياة ، وضرورة أن يتواءم اسم الكلية مع هذا التغيرات في برامج الكلية بشكل عام حتى يمكن الاستجابة لمتطلبات سوق العمل ومواجهة التغيرات المستقبلية (عطار. الحلبي . باروم . هزاري ، 1420). مع مطلع نهاية القرن التاسع عشر عهدت مجموعة من النساء بالولايات المتحدة الأمريكية إلى انشاء "الاقتصاد المنزلي" أو كما يُعرف بالـ Home Economics كحقل للدراسة بهدف تحسين الحياة اليومية.

ومع تساؤل فرص النساء المتعلمات مقارنة بالتخصصات التي يهيمن عليها الذكور في ذلك الوقت، فقد حرصن بإخلاص عطاءهن على عقد اجتماعاتهن في "بلاسيد" نادي بحيرة في شمال ولاية نيويورك للعمل على إنشاء حقل متعدد التخصصات الخاصة بهن من الدراسة والمهنة يعتني بالـ "الاقتصاد المنزلي". وتوالى المؤتمرات السنوية في "الاقتصاد المنزلي" في الانعقاد خاصة في الفترة من (1899 إلى 1909)، وكان من أهم نتائج هذه المؤتمرات تأسيس الجمعية الأمريكية للاقتصاد المنزلي (AHEA) American Home Economics Association وانشاء مجلة علمية في مجال الاقتصاد المنزلي (Staff, 2014). ولقد كان هدفهن في ذلك الوقت السعي لإيجاد سبل تشاركيه لتحسين رفاهية الأسرة من خلال تمكين الأسر لتكون ناجحة في العلاقات المتبادلة مع البيئات التي تعمل بها واحتياج سوق العمل (Elias, 2010).

ومع انطلاق التغير لمتطلبات واحتياجات المستهلك وسوق العمل، الثورة الصناعية اتسعت مجالات الاقتصاد المنزلي مؤدية بذلك إلى تحسن وتنشيط الحياة الاقتصادية حيث اتسعت الرقعة لتشمل: المصانع، والفنادق، والمخابز، والمطاعم، ودور العجزة، والمدارس مما أدى الى تسهيل المشاركة مع مختلف المؤسسات الصناعية (McCracken, 1986).

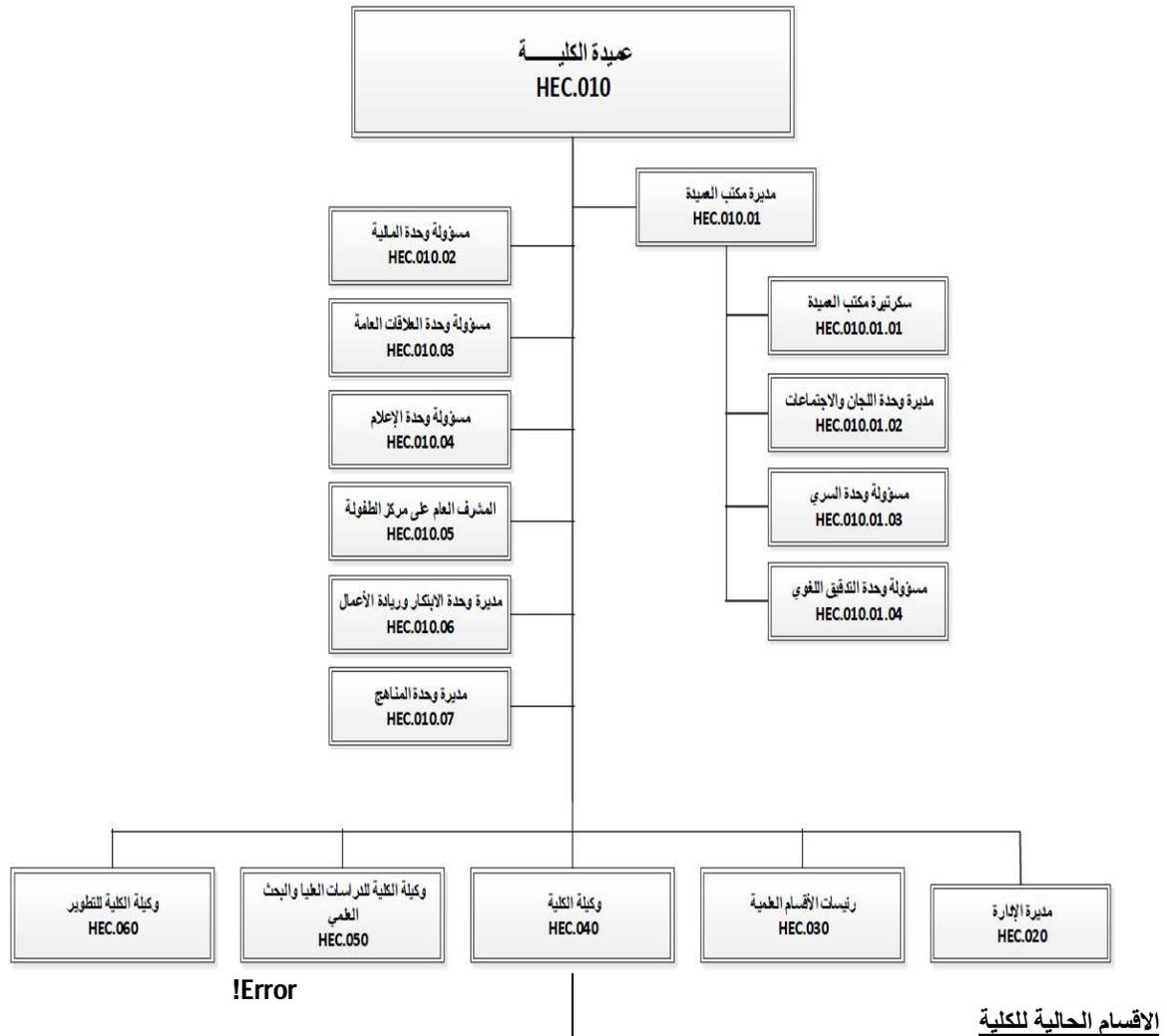
ونتيجة لما سبق فقد شهد مجال "الاقتصاد المنزلي" توسعاً أدى الى ازدهار التنمية، وتقييم وتجويد السلع والخدمات الاستهلاكية، ومساعدة السياسيين وصانعي القرار لمواجهة التحديات التي تواجه "الاقتصاد المنزلي" والسعي إلى إيجاد سبل لتشكيل التغيير الاجتماعي إلى الأفضل (Weigley, 1974). ولقد وقّر مجال الاقتصاد المنزلي العديد من الخيارات المهنية للنساء سواء داخل المنظمات غير الهادفة للربح، أو الأعمال التجارية، أو الحكومية؛ وعلى مدى السنوات الستين الأولى من القرن العشرين، قدمت خمسة مجالات في ذلك التخصص (دراسات الطفولة، غذاء وتغذية، ملابس ونسيج، إدارة السكن والتصميم الداخلي، الاقتصاد المنزلي التربوي)، حيث وصل جوهر هذا المجال إلى العديد من الأبحاث. غير أنه بين عامي 1970 و2000، كانت التخصصات في ذلك الوقت أكثر وضوحاً ووضعت (Norman, 2010). تطورت التخصصات الخمسة على النحو التالي (Staff, 2014):

1. الغذاء والتغذية، العلوم الغذائية " Foods and nutrition, and food science".
2. توسيع العلاقات، تنمية الطفل والأسرة في وقت لاحق لتنمية العلاقات مع الأسرة، فضلاً عن العلاج الأسري باعتباره التخصص الرئيسي " Child development and family relations".
3. الإسكان والاثاث والمفروشات المنزلية " Housing and home furnishings" تطور الى " developed into interior design" وأصبح ركيزة أساسية لمجال التصميم الداخلي التجاري، بالإضافة الى الديكور الداخلي

تخطيط الهيكل الإداري للكلية

الرسالة

الرقمي والتميز بالإنسان والأسرة والمجتمع والبيئة عبر تألق معرفي وبحتي رائد.



كلية الإقتصاد المنزلى



جدول (1) يوضح أعداد الأكاديميات والطالبات وفقاً للقسم العلمي

القسم لعلمي	عضو هيئة تدريسي سعودي	متعاقد	محاضر	معيد	ميتعت محاضر	ميتعت معيد	العدد الكلي	مجموع الأكاديميين على رأس العمل	عدد طالبات البكالوريوس	عدد طالبات دراسات عليا	اجمالي عدد الطالبات	نسبة جمع الطالبات: أكاديمي	نسبة طالب بكالوريوس: أكاديمي
دراسات الطفولة	11	3	6	6	3	9	38	26	471	44	515	20	18
الغذاء والتغذية	16	4	18	11	12	8	69	49	287	53	340	7	6
الملابس والنسيج	6	7	8	5	2	2	30	26	36	50	86	3	1
الإسكان - تصميم	2	4	2	8	1	12	29	16	92	0	92	6	6
إسكان - إدارة سكن	9	1	6	3	1	5	25	19	272	0	272	14	14
العلوم الأسرية	9	2	4	8	2	1	26	23	82	27	109	5	4
الفنون									15		15		
مستجدات - علمي									34		34		
مستجدات - اداري									19		19		
عام - علمي									82		82		
عام - اداري									22		22		
المجموع	53	21	44	41	21	37	217		1412	174	1586		

2. والاجتماعية والأسرية.
3. الدفع قديماً بالبرامج الأكاديمية بطريقة تتوافق مع إمكانيات الكلية ودورها البناء في توفير مخرجات تتوافق مع متطلبات سوق العمل بالمملكة.
4. المساهمة في ضمان جودة ونوعية البرامج الأكاديمية التي تقدمها بحيث تتواءم مع مسمى الكلية واستيفاء متطلبات معايير الاعتماد الأكاديمي الوطنية والعالمية.
5. تعزيز وتغيير الصورة الذهنية لأصحاب المؤسسات والشركات تجاه برامج الكلية بشكل أكثر إيجابية حتى يزيد طلب سوق العمل لخريجات أقسام الكلية.
6. المساهمة في تحقيق رؤية المملكة المأمولة في عام 2030م والتي تتضمن "رفع نسبة مشاركة المرأة في سوق العمل من (22%) إلى (30%)".

دراسة الصعوبات والتحديات في الوضع الحالي

لقد ثبتت بالدراسة والبحث عن الكليات المناظرة عالمياً أن كليات الاقتصاد المنزلي قد تغير مسماها تحت مسميات مختلفة أكثر تخصصية وأكثر تعبيراً عن البرامج التخصصية تحت مظلتها وهو ما جعل الكلية حالياً تواجه الكثير من التحديات والصعوبات على عدة مستويات:



الصعوبات على المستوى المجتمعي

الصعوبات على المستوى المجتمعي

أولاً: ثقافة المجتمع

أشار أولسونز (Olsons, 1990) إلى أن الاقتصاد المنزلي لا بد أن يتأقلم تبعاً للتغيرات الجارية في المجتمع، لمساعدة الطالبات على المساهمة في التغيير وليس فقط الاستجابة وذلك لأن الاقتصاد

الصعوبات التي تقف حائلاً أمام تحقيق الاعتماد، ولتحقيق ذلك ينبغي علينا أن نضع معايير موحدة بين جميع التخصصات العالمية على أن ترعاها المؤسسة كأحد المعايير النموذجية لتخصص ومسمى الكلية. ومع الانتشار الواسع لـ "المعايرة النموذجية" كأداة وأسلوب إداري، ينبغي على الجامعات أن تكون إرادتهم ورؤيتهم مطابقة لمقاييس "الاعتماد البرامجي، مما يدفع لترسيخ عملية النهوض والتطوير المستمر، واستخدام طرائق التدريس الملائمة لتحسين جودة أداء عملية المنظمة. ومن أهم الأمور التي لا يجب أن تغفل عنها أن اسم الكلية والذي بات من ضمن المعايير والمؤشرات اللازمة التي تنتظر له الكلية باعتباره أحد رسائل وأهداف المؤسسة التعليمية مقارنة بالجامعات الأخرى. إذ يجب الأخذ بعين الاعتبار لكلية الاقتصاد المنزلي أن ذلك جزءاً أصيلاً في فهم واكتساب وتعلم ممارسات جديدة من المنظمات ذات الأداء المتميز، ولاستفادة أكثر كفاءة من الموارد الإنتاجية للمؤسسة.

وبعد بحث ودراسة ثنائية من قبل الأقسام العلمية عن محتوى الأسماء المعاصرة كبديل للاقتصاد المنزلي والسبب وراء تغير أسماء الكليات وجد أن الجامعات العالمية لم تعد تستخدم "الاقتصاد المنزلي"، وكذلك على المستوى الإقليمي لا يوجد في بلد الخليج حالياً اسم الاقتصاد المنزلي ضمن البرامج التعليمية في الجامعات. غير أن بعض الجامعات العربية مازالت تحتفظ بالـ "الاقتصاد المنزلي".

ولا يخفي على أحد الدور البارز الذي تقوم به المملكة في اتباع نهج الاعتماد والجودة الشاملة لتحسين أداء ودور المؤسسات التعليمية ولضمان استيفاء معايير الجودة العالمية فقامت بتغيير الكثير من الجامعات تقديراً لما يؤول إليه هذا التغيير من نقلة نوعية في عالم الجامعات الدولية، وهذا ما نطمح إليه في إحداث التغيير المأمول للحصول على الاعتماد البرامجي لكلية "الاقتصاد المنزلي" بتنفيذ برنامج تطوير وتحديث مسمى الكلية.

دراسة تحليلية لمدى توافق متطلبات سوق العمل مع مخرجات

أقسام الاقتصاد المنزلي

عقدت القيادات الأكاديمية وبمشاركة عدد من عضوات هيئة التدريس في الأقسام العلمية يوم الاثنين الثالث من صفر لعام 1437هـ لقاءً مع مسؤولات يمثلن وزارة الخدمة المدنية وبحضور متميز لـ (27) مشاركة من الكلية، كما تم عقد لقاء آخر في الخامس والعشرين من شهر صفر في نفس العام مع موظفات مسؤولات يمثلن القسم النسائي بوزارة العمل "مكتب عمل جدة" وبحضور (17) مشاركة من الكلية، حيث شهد اللقاءين العديد والعديد من المداخلات التي سلطت الضوء على تعزيز آفاق التعاون ونشر ثقافة التواصل المباشر مع الجهات الحكومية لخدمة الخريجات قبل العمل، والوقوف على تزايد أعدادهن وصعوبة حصولهن على وظائف بالقطاع الحكومي. وجرى خلال اللقاء عرض لأهم مستجدات متطلبات سوق العمل مع مخرجات أقسام الاقتصاد المنزلي.

وتم أثناء اللقاء شرح القضايا المتعلقة بالتوسع الوظيفي ومنها "قنوات جديدة لعمل المرأة" كما تطرق النقاش أثناء اللقاء إلى جوانب أخرى وإلى استعراض مجهودات وزارة الخدمة المدنية في إجراء برامج تطويرية لإجراءات العمل المستجدة داخل الوزارة، والوقوف على تصنيفات الوزارة التي يمكن أن تندرج تحتها تخصصات الاقتصاد المنزلي. ولم يستبعد في الوقت ذاته توضيح أهمية الصياغة الملائمة لمسمى شهادة التخرج وما يتبعه من تسهيلات وفقاً للقواعد المحددة لذلك مما يدل على جليا الحرص على التطوير المستمر في مجال الوظائف الحكومية، ولم تقتصر بطبيعة الحال الأهداف عند هذا الحد بل امتدت لتشمل أهداف استراتيجية أخرى منها: التعريف ببرامج وزارة العمل، توعية عضوات الكلية بنظام القطاع الخاص، نشر الثقافة العمالية، شرح آليات العمل للمنشآت، توضيح الحقوق والواجبات، سياسات نظام العمل.

الطوفلة) بمساعدة المجتمع على إدارة شؤون حياتهم على أسس علمية سليمة، من خلال ما يقدمه من معارف ومهارات وسلوكيات تساهم في تحسين نوعية حياتهم، والمساعدة على حل المشكلات اليومية بأسلوب علمي ناقد قائم على الحجج والبراهين، وإشباع الاحتياجات المتغيرة، وتحقيق الأهداف وفقاً للإمكانيات.

ثانياً: الصورة الذهنية الحالية لدى المجتمع

الصورة الذهنية هي الناتج النهائي للانطباعات الذاتية التي تتكون عند الأفراد أو الجماعات بناء على الخبرة المتاحة لهم، ويمكن أن يكون لها تأثير على تفكير الإنسان من خلال الاحتكاك بها بطريقة مباشرة أو غير مباشرة ولا يخفى على معظمنا أنه عندما نسمع عن "الاقتصاد المنزلي" يترأى إلى أذهاننا في المقام الأول أننا نفكر في دروس متعلقة بالطبخ والحيآكة، والأسرة في المدرسة. لكن "الاقتصاد المنزلي" أصبح بخلاف ذلك من المفاهيم والتعريفات القاصرة على هذه المحاور، ولا يقف عند هذا المفهوم، بل أصبح علم يتعمق في دراسة البيئة البشرية، أو دراسات الأسرة، أو علوم المستهلك، أو أي اسم آخر في محافظة ما أو إقليم ما.

هذا وكانت لدراسة العلوم في جميع أنحاء العالم لأكثر من قرن، أثراً بالغاً في الارتقاء ببرامج التوعية الأساسية التي تدرس عن المواد الغذائية، والمنسوجات، والأسرة، والمنزلية والعلوم للمجتمعات الريفية. حيث أصبح الطلب على زيادة علوم المنزل، وهذا هو المكان جامعة الملك عبد العزيز بمدينة جدة الذي شهد بداية النمو في "الاقتصاد المنزلي"، والمهارات الأساسية للحياة، وذلك لأن الاقتصاد المنزلي يركز على صحة الفرد والأسرة والمستهلك والمجتمع.

لذا كان من الضروري أن تستجيب هذه الكلية للمتغيرات المستمرة في متطلبات سوق العمل في المملكة كما يستوجب التطوير أيضاً الاستيفاء باحتياجات الابتعاث وكذلك مراعاة معايير الجودة الشاملة كمحور أساسي في تطوير اسم الكلية لأنها تحدد الإطار والمستوى الذي لا بد أن تبلغه مخرجات كلية الاقتصاد المنزلي حتى تحقق الأهداف المنوطة لتحقيق معايير الجودة الشاملة.

الصعوبات على المستوى الأكاديمي

أولاً: الخريجات

- تواجه الخريجات مشكلة النظرة غير الموضوعية وبعض الأحيان النظرة الدونية للمجتمع نحو مسمى الاقتصاد المنزلي الذي لا يعكس قوة مخرجات البرامج وتخصصاته المختلفة.
- من خلال رصد مرئيات وحدة الخريجات بالكلية تم التوصل إلى تحديد مشكلة صعوبة حصول الخريجات على فرص عمل في ظل وجود مسمى الكلية الحالي والذي لا يتفق مع تخصصها المتميز والمتعارف عليه في المجتمع.
- من حيث التصنيف المهني يتم التعامل مع خريجات الكلية في الوضع الحالي على أنها فنية في قطاعات العمل على الرغم من الدراسة التي تمتد إلى 4 سنوات والتي تؤهلها لتصبح في وضع وظيفي متميز.

ثانياً: الإبتعاث

- صعوبة الحصول على قبول في تخصصات مناسبة للإبتعاث لبعض مجالات الكلية في الجامعات الخارجية بسبب اسم الكلية الحالي وعدم توافقه مع البرامج الأكاديمية المقدمة.
- الحاجة إلى عمل معادلات لبرامج الكلية باعتبار أن البرنامج الدراسي الذي تجتازه باسمه الحالي للكلية لا يتفق مع سميات الكليات العالمية.

ثالثاً: الاعتماد البرامجي

صعوبة الحصول على الاعتماد البرامجي لعدم وجود كليات

مناظرة عالمياً

يقف اسم المؤسسات الحالية والجامعات المناظرة لها عالمياً حائلاً دون الحصول على الاعتماد البرامجي، إذ أنه يجب تذييل كافة

1437هـ بهدف تحقيق الخطوة الأولى لتنفيذ مشروع تطوير اسم كلية "الاقتصاد المنزلي" والاطلاع على وجهة نظر وأراء ومقترحات الحضور المشاركين من أعضاء الكلية وهيئة التدريس والقيادات الإدارية ومجموعة الطالبات المشاركات من داخل وخارج الكلية حيث بالإضافة إلى أعضاء هيئة التدريس من جهات مختلفة خارج الكلية تم دعوتهم للمشاركة، بلغ عدد الحضور (29) منهم (21 سيدات -8 رجال)، وتفضلت سعادة عميدة الكلية د. حنان جمبي بعرض تقديمي يوضح تاريخ الكلية والتعريف بأقسامها العلمية، وعرض مقارنة مرجعية للأقسام العلمية على الصعيد المحلي، والإقليمي، والدولي بهدف توضيح الفروقات بينهم.

وقد تم التطرق خلال اللقاء لبعض الأمور الهامة والمتعلقة بفكرة تطوير اسم الكلية من بينها: ذكر الدراسات المبدئية والأبحاث، وحصر الصعوبات التي قد تواجه الكلية من الاسم الحالي، دراسة سوق العمل وحصر وتعزيز الإيجابيات، ومناقشة السلبيات والمعوقات التي تواجه الطالبات وما ينعكس من نظرة المجتمع الدونية للاسم رغم كفاءتهن، وتطرق الحديث إلى حصد الجوائز الإقليمية والمحلية للأقسام العلمية، ودور الأقسام العلمية الفعّال حول خدمة المجتمع والمسؤولية المجتمعية، ومن ثم دورهم في الحفاظ على البيئة، ومناقشة الارتباطات والعلاقات الوثيقة بين الرؤية والرسالة والأسماء المقترحة للكلية.

يذكر أنه مع بدء المرحلة الأولى لعمل الورشة تم التنويه على السادة منسوبات الكلية بضرورة الوقوف على أهم المصطلحات ذات العلاقة التي يمكن ادراجها في الاسم المطور الكلية ومدى علاقة الاسم وارتباطه بمحتوى ومخرجات أقسام الكلية، وجاء تحديد المسميات عبر العصف الذهني للمجموعات المشاركة بالورشة، وكان من بين الأسماء المقترحة: (العلوم التطبيقية - التصميم - الأسرة - الإنسان - المجتمع - البيئة - الإنتاج). وجاءت النتائج على النحو الآتي: حظيت "العلوم التطبيقية" على أعلى نسبة تصويت 92% تليها في المرتبة الثانية كلمة "الإنسان" بنسبة 64% وجاءت في المرتبة الثالثة كلمة "التصميم" بنسبة 50% وجاءت عملية التصويت نزولاً على رغبة الجميع في التقيد بالثلاثة تصويبات.

تفعيل وتنفيذ ورش العمل لتطوير مسمى كلية الاقتصاد المنزلي

سعيًا لتطوير المنظومة التعليمية بما يتناسب مع الجامعات الدولية تم عقد ورشة عمل في الخامس والعشرون من شهر رجب 1437هـ بهدف تحقيق الخطوة الأولى لتنفيذ مشروع تطوير اسم كلية "الاقتصاد المنزلي" والاطلاع على وجهة نظر وأراء ومقترحات الحضور المشاركين من أعضاء الكلية وهيئة التدريس والقيادات الإدارية ومجموعة الطالبات المشاركات من داخل وخارج الكلية حيث بالإضافة إلى أعضاء هيئة التدريس من جهات مختلفة خارج الكلية تم دعوتهم للمشاركة، بلغ عدد الحضور (29) منهم (21 سيدات -8 رجال)، وتفضلت سعادة عميدة الكلية د. حنان جمبي بعرض تقديمي يوضح تاريخ الكلية والتعريف بأقسامها العلمية، وعرض مقارنة مرجعية للأقسام العلمية على الصعيد المحلي، والإقليمي، والدولي بهدف توضيح الفروقات بينهم.

وقد تم التطرق خلال اللقاء لبعض الأمور الهامة والمتعلقة بفكرة تطوير اسم الكلية من بينها: ذكر الدراسات المبدئية والأبحاث، وحصر الصعوبات التي قد تواجه الكلية من الاسم الحالي، دراسة سوق العمل وحصر وتعزيز الإيجابيات، ومناقشة السلبيات والمعوقات التي تواجه الطالبات وما ينعكس من نظرة المجتمع الدونية للاسم رغم كفاءتهن، وتطرق الحديث إلى حصد الجوائز الإقليمية والمحلية للأقسام العلمية، ودور الأقسام العلمية الفعّال حول خدمة المجتمع والمسؤولية المجتمعية، ومن ثم دورهم في الحفاظ على البيئة، ومناقشة الارتباطات والعلاقات الوثيقة بين

وقد خلص اللقاء إلى العديد من مقترحات التطوير المستقبلية أبرزها: تعزيز أواصر الثقة مع الجهات الحكومية المعنية، إعداد دراسة تحليلية للحد من الفجوة الوظيفية للخريجات، إنشاء قاعدة معلوماتية، تطوير المقررات الدراسية، تجديد اللقاءات مع مسنولات وزارة العمل لمعرفة خصائص الوظائف المتعلقة بأقسام الكلية، عقد ورش عمل للتوعية بإمكانيات مخرجات الكلية، دور وزارة الخدمة المدنية، التسهيلات والمشروعات المقدمة من الغرفة التجارية الصناعية، عقد لقاءات دائمة مع صندوق الموارد البشرية ومؤسسة التدريب المهني والتقني.

يذكر أن اللقاء كان مثمرًا للغاية أدى إلى العديد من النتائج التي تضمن مراحل التطوير والتي أشاد بها الحضور متمثلة في: رفع مساهمة تطوير وتطبيق الأنظمة واللوائح، توضيح قنوات المسؤولية الاجتماعية، وضع آلية موحدة لتصنيف الوظائف والمشروعات التطويرية، إعداد خطة استراتيجية للأقسام العلمية، عقد اجتماعات دورية مع منسوبي الجهات المسؤولة بالوزارة، تصنيف مسميات الوظائف، رفع مستوى الوعي والتواصل والمسؤولية لدى قيادات الكلية، التواصل مع الأقسام العلمية للجهات المختصة، تجميع المعلومات الملائمة لخدمة القسم العلمي وتحقيق أهداف الكلية بما يضمن بيئة معلوماتية آمنة تحظى بألوية التطوير وبناء الخطط الاستراتيجية للكلية.

ولا شك أن مثل هذه اللقاءات المتجددة تُعد بمثابة فرص حقيقية للسعي لبحث أفضل الاختيارات، وإيجاد الحلول الملائمة لرفع الجودة وتطويرها، فضلاً عن كونها تحمل معها دلالات هامة لتكريس ونشر ثقافة تطوير مخرجات أقسام كلية الاقتصاد المنزلي.

التخطيط الاستراتيجي للمشروع

تم عمل تحليل البيئة الداخلية للكلية المرتكزة على أسس نظرية علمية ومنطقية "SWOT" وهي آلية للقياس تستخدمه الكلية سنوياً. ويتم ترجمة المعلومات احصائياً من خلال محاور التقرير إلى التحليل عن طريق عدد التكرارات ثم استخدام المعلومات لرسم خطة عمل واستراتيجيات للتنفيذ من قبل تحليل البيئة الداخلية للكلية. وتم استخدام نتائج تحليل المعلومات من التقرير الشامل لهذا العام (1437/1436 هـ) تم حصر النقاط المتعلقة بتطوير اسم الكلية والوقوف على أهم نقاط القوة (S) "Strength" ونقاط الضعف (W) "Weakness". والتي تؤثر على مسمى الكلية وكان من أهم ما توصلنا إليه أن الأقبال الشديد على بعض أقسام الكلية يعزز من أهمية وجود كيان الكلية بالنسبة لنقاط القوة، اسم الكلية الحالي يقلل من فرص التوظيف للخريجات لنقاط الضعف، وهذا ما يوضحه الجدول التالي:

جدول (2) يوضح نقاط القوة ونقاط الضعف

نقاط القوة (S) Strength	نقاط الضعف (W) Weakness
تتفق مخرجات تعلم البرامج مع الهيئة الوطنية للمؤهلات	مسمى القسم والمقررات في معظم البرامج غير متطابقة مع نظيرتها العلمية.
أقامة ورش عمل في الأقسام العلمية على مستوى الكلية تعزز الصورة الذهنية للكلية	مسمى الكلية الحالي يقلل من فرص التوظيف للخريجات
الإقبال الشديد على بعض الأقسام يعزز من أهمية وجود كيان الكلية	عدم تناسب بعض المقررات الحالية مع احتياجات سوق العمل.
اللجوء إلى اللجان الخارجية لتقييم أعمال الطالبات والذي ينقل صورة إيجابية عن مخرجات التعلم	
تطوير وتحديث الخطط الدراسية بما يتفق وسوق العمل.	
التواصل مع الخدمة المدنية ووزارة العمل لتعرف على مسميات الوظائف للخريجات	

تفعيل وتنفيذ ورش العمل لتطوير مسمى كلية الاقتصاد المنزلي

سعيًا لتطوير المنظومة التعليمية بما يتناسب مع الجامعات الدولية تم عقد ورشة عمل في الخامس والعشرون من شهر رجب

لصالح ومستقبل الكلية وسائر الجامعات في المملكة. ولذلك أيضاً تعطشا من قيادات الكلية لاستطلاع الرأي تم تصميم استبانة حتى يتم قياس مدى رضا المجتمع الداخلي من أعضاء هيئة تدريس وإداريين وفنيين، على مستوى جامعة الملك عبد العزيز بجميع فروعها والمجتمع الخارجي على مستوى المملكة، وسوف يتم إضافة نتائج الاستطلاع لاحقاً بعد استكمال مرحلة تحليل البيانات.

تحليل نتائج الاستبانة للفئات المختلفة في المجتمع

"من المجتمع الداخلي بالجامعة والمجتمع الخارجي عن تطوير اسم "كلية الاقتصاد المنزلي":

حرصاً من القيادات العليا بالكلية للوصول إلى مدى الرضا عن الأسماء الثلاثة المقترحة في ورشة العمل المنعقدة سلفاً، وبالإضافة إلى الجهود المضنية التي قامت بها وكالة الكلية للتطوير في ذلك الشأن، فقد سعت إلى بناء استبانة إلكترونية بهدف إلى قياس مدى رضا المجتمع عن الاسم الحالي "الكلية الاقتصادية المنزلي" بما يتناسب تماماً مع طبيعة تخصصاتها المتميزة وكذلك عملية التطوير الأكاديمي، حيث يهدف الاستبيان إلى المشاركة الفاعلة للمجتمع للاقتراح وبشكل مطلق حول الاسم المناسب من بين الأسماء الثلاثة المقدمه، وتمت إجراء تلك الدراسة الاستطلاعية للعام الجامعي (1437-1436 هـ) بكل حياد مع عينة عشوائية من الفئات المختلفة من المجتمع الداخلي والخارجي بالجامعة، والتي يمكن الاستفادة منهم لدرجة كبيرة في امتداد رؤيتهم الخاصة للكلية، حيث شملت الدراسة عدداً من الطلاب، وأعضاء هيئة التدريس، والهيئة الإدارية بالإضافة إلى مستفيدي الخدمة "الكلية الاقتصادية المنزلي"، ويعتمد التقرير بالأساس على نتائج استطلاع.

- سبق وتم نشر الاستبيان عبر (البريد الإلكتروني والواتس اب) في الفترة من يوم الاثنين الموافق 1437/8/8 هـ إلى يوم الجمعة 1437/8/12 هـ.

يقيس الاستبيان مدى رضا المجتمع عن الأسماء المقترحة في المحاور التالية:

1. الفئة العمرية وتم تحديده من (15-55 -أكثر).
2. الفئة المستهدفة (طالب/ة - موظف /ة - أخرى).
3. وجهة العمل داخل الجامعة (إداري - داخل الجامعة / أكاديمي - خارج الجامعة - وأخرى).
4. هل ترى أن اسم الكلية الاقتصادية المنزلي يتناسب مع مجالات التخصص؟
5. أي من الأسماء المقترحة تراه مناسباً؟

أهم النتائج الخاصة من تحليل الاستبيان:

أوضحت نتائج الدراسة إلى أن الفئة العمرية 15-25 عاماً شكلت أعلى نسبة من التصويت بـ 51.1% (1184) وبنسبة 17.6%، ثم الفئة العمرية 26-35 عاماً بنسبة 17.6%، ثم الفئة العمرية 36-45 بنسبة 18.7% والفئة العمرية 46-55 بنسبة 8.5% والفئة العمرية 55 عاماً فأكثر بنسبة 4.1% ونلاحظ من هذا التوزيع أن الفئة المنتفعة والمستهدفة من تغيير اسم الكلية هي تلك التي تتراوح أعمارها بين 15-25 عاماً وهي بطبيعة الحال الفئة العمرية الشابة التي يفترض أن تكون من الباحثات عن الالتحاق بالكلية والتي تستوعب أي تغيير. أما الفئة العمرية التي تزيد عن 26 فيفترض أنهم من الخريجات والرغبات في إيجاد فرص العمل لما يجدهن من صعوبة حقيقية في مسمى الكلية. غير أن الفئة العمرية من 36 ترى أنه بالإمكان المشاركة في تغيير مسمى الكلية، أما الفئة العمرية 46 فهي الفئة التي لا ترى أنها لا تتأقلم مع التغييرات المستحدثة، كما أن الفئة التي تزيد عن 55 عاماً لا تخرج عن كونها لا ترى إلا أن التغيير قسري مقارنة بالنسبة السابقة. كما في الجدول رقم (5).

الرؤية والرسالة والأسماء المقترحة للكلية.

يذكر أنه مع بدء المرحلة الأولى لعمل الورشة تم التنويه على السادة منسوبات الكلية بضرورة الوقوف على أهم المصطلحات ذات العلاقة التي يمكن إدراجها في الاسم المطور الكلية ومدى علاقة الاسم وارتباطه بمحتوى ومخرجات أقسام الكلية، وجاء تحديد المسميات عبر العصف الذهني للمجموعات المشاركة بالورشة، وكان من بين الأسماء المقترحة: (العلوم التطبيقية - التصميم - الأسرة - الإنسان - المجتمع - البيئة - الإنتاج). وجاءت النتائج على النحو الآتي: حظيت "العلوم التطبيقية" على أعلى نسبة تصويت 92% تليها في المرتبة الثانية كلمة "الإنسان" بنسبة 64% وجاءت في المرتبة الثالثة كلمة "التصميم" بنسبة 50% وجاءت عملية التصويت نزولاً على رغبة الجميع في التقيد بالثلاثة تصويبات.

جدول (3) يوضح نتائج التصويت على المصطلحات المتفق عليها بما يتناسب مع توجهات الكلية

م	مسمى العبارة	موافق تماماً	غير موافق	المجموع	النتيجة
1	العلوم التطبيقية	92%	8%	84+	الأول
2	التصميم	50%	50%	صفر	الثالث
3	الأسرة	35%	65%	30-	
4	الإنسان	64%	36%	28+	الثاني
5	المجتمع	36%	64%	28-	
6	البيئة	35%	65%	30-	
7	الإنتاج	27%	73%	46-	
8	التسمية	48%	52%	4-	

مع اختتام المرحلة الثانية لتقييم منسوبات الحضور في الورشة للمرحلة "الماسية" انهمكت كل مجموعة منهن على التصويت مستخدمة كرت التصويت الإلكتروني لأفضل اسم من الأسماء الثلاثة المقترحة: ("كلية التصميم وعلوم الإنسان"، "الكلية التطبيقية لعلوم الإنسان"، "كلية العلوم التطبيقية الإنسانية") وجاءت النتائج على النحو الآتي:

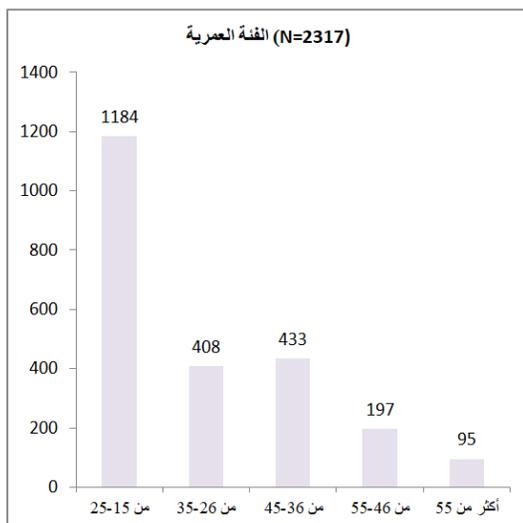
جدول (4) يوضح الأسماء المطورة المقترحة لكلية "الاقتصاد المنزلي" بناء على نتائج التصويت في ورشة العمل

م	الاسم الماسي	موافق تماماً	غير موافق	المجموع	النتيجة
1	كلية التصميم والعلوم التطبيقية الإنسانية	19%	81%	62-	
2	كلية العلوم التطبيقية وتسمية الإنسان	26%	74%	48-	
3	كلية التصميم وتنمية الإنسان	36%	64%	28-	الثالث
4	كلية العلوم الإنسانية التطبيقية	48%	52%	4-	الثاني
5	كلية التصميم وعلوم الإنسان	62%	38%	24+	الأول
6	كلية علوم الإنسان والبيئة	22%	78%	56-	
7	كلية العلم التطبيقي والتصميم	4%	96%	92-	

وجاءت نتائج التصويت في الورشة باستخدام كروت التصويت الإلكترونية حسب الأولوية على النحو التالي:

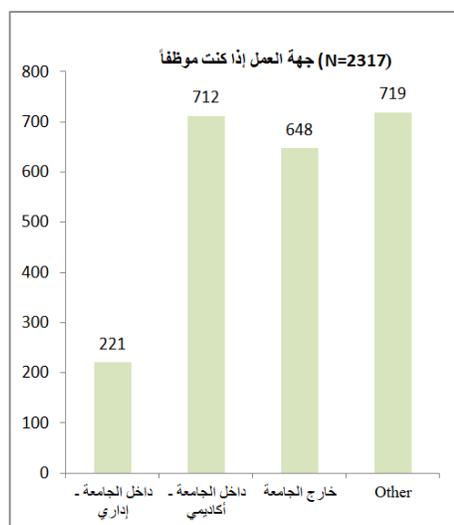
- 1- كلية العلوم التطبيقية الإنسانية حصلت على أعلى نسبة تصويت (62%)
- 2- الكلية التطبيقية لعلوم الإنسان حصلت على نسبة تصويت (48%)
- 3- كلية التصميم وعلوم الإنسان حصلت على نسبة تصويت (36%)

ختاماً نحن نعرف تماماً أهمية عملية التطوير، وما يلزمها من تبعات ومسؤوليات وأدوار متعددة للتغيير نحو الأفضل، ومن ثم فإن عملية التحول من "كلية الاقتصاد المنزلي" إلى "كلية العلوم التطبيقية الإنسانية" عمل يستحق الإطلاع عليه والمشاركة فيه وتضافر الجهود من أصحاب العقول المستنيرة والخبرات العلمية من أساتذة الجامعات والكليات والمعنيين بالموضوع من المجتمع من أجل تعزيز وتأسيس عملية التطوير لتحقيق الأهداف المرجوة



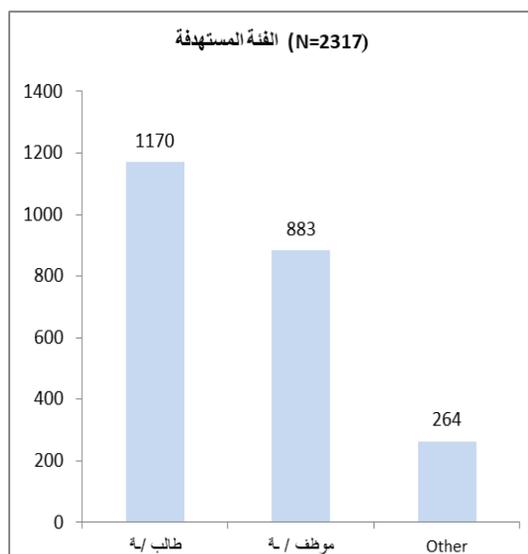
الجدول رقم (5)

النسبة	الرد	الفئة العمرية
%51.1	1184	من 25-15
%17.6	408	من 35-26
%18.7	433	من 45-36
%8.5	197	من 55-46
%4.1	95	أكثر من 55
%100.00	2317	المجموع



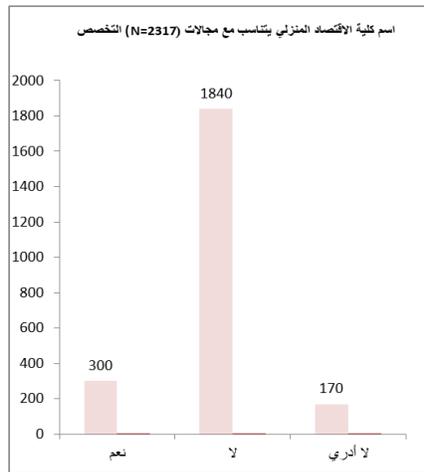
الجدول رقم (7)

النسبة	الرد	جهة العمل إذا كنت موظفاً
%9.5	221	داخل الجامعة - إداري
%30.7	712	داخل الجامعة - أكاديمي
%28	648	خارج الجامعة
%31	719	Other
99.20%	2300	المجموع



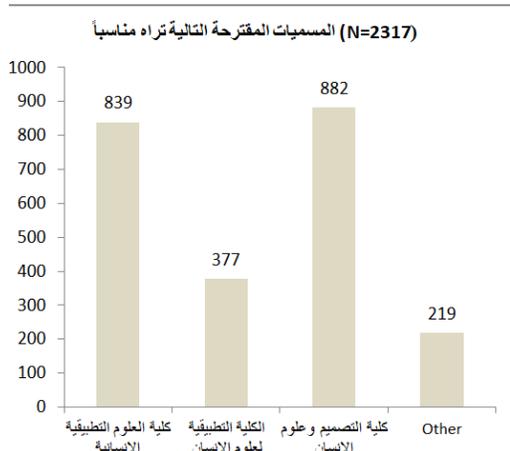
الجدول رقم (6)

النسبة	الرد	الفئة
%50.5	1170	طالب /ة
%38.1	883	موظف /ة
%11.4	264	Other
100.00%	2317	المجموع



جدول رقم (8)

اسم كلية الاقتصاد المنزلي يتناسب مع مجالات التخصص	الرد	النسبة
نعم	300	13%
لا	1840	79.7%
لا أدري	170	7.4%
المجموع	2310	100.10%

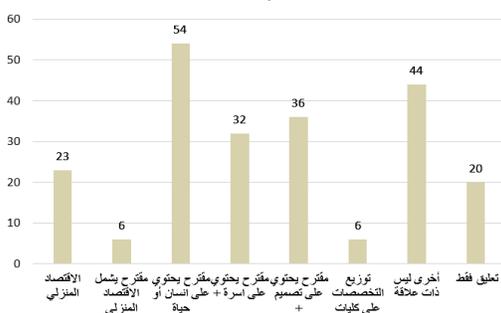


يأتي "كلية العلوم التطبيقية الإنسانية" في المرتبة الأولى بأعلى نسبة تصويت 36.2%، تليها كلية التصميم وعلوم الإنسان بنسبة 38.1% بينما جاءت "الكلية التطبيقية لعلوم الإنسان" في المرتبة الأخيرة بنسبة 9.5%، كما في الجدول رقم (9)، أما الأسماء الأخرى المقترحة سوف يتم تفصيلها في الجدول (10) اللاحق.

جدول رقم (10)

اسماء مقترحة	الرد	النسبة
الاقتصاد المنزلي	23	10%
مقترح يشمل الاقتصاد المنزلي	6	3%
مقترح يحتوي على انسان أو حياة	54	24%
مقترح يحتوي على أسرة +	32	14%
مقترح يحتوي على تصميم +	36	16%
تمنيد التخصصات على كليات متفرقة	6	3%
أخرى ليس ذات علاقة	44	20%
تعليق فقط	20	9%
المجموع	221	100%

الاسماء الإضافية المقترحة



ويمكن إدراج القائمون في عملية مقترح تغيير مسمى الكلية في هذا الاستبيان من خلال تحديد الفئة المستهدفة للتغيير من الطلاب والطالبات والموظفين والموظفات وأخري، حيث جاءت نتائج الفئة المستهدفة بأن عملية تغيير المسمى تتناسب وفق متطلبات واحتياجات الطلاب والطالبات بنسبة 50.5%، غير أن الموظفين والموظفات والتي جاءت نسبتهم 38.1% تقترب نسبتهم منطقياً لمفهوم تغيير المسمى، أما الذين لا يجدون التغيير ملائماً فقد جاءت نسبتهم 11.4%. كما في الجدول رقم (6).

حصلت نسبة جهة العمل داخل الجامعة على المستوى الأكاديمي من أعضاء هيئة التدريس على أعلى نسبة 30.7% مما يدل على الاهتمام بتغيير المسمى ومواكبة التطورات المستحدثة في الجامعات العالمية، وجاءت النسبة من خارج الجامعات المختلفة من المملكة على المتوقع حيث وصلت إلى 28% مما يُعد دلالة واضحة على أن التغيير أصبح ضرورياً، وجاءت نسبة 31% من آخرين من فئات المجتمع من: (معلمة - طالب/ة - خريجة - ربة منزل - مستشار تربوي - دار الحكمة - استشاري - عمل حر) مقارنة بالنسبة الأعلى لجهة العمل داخل الجامعة من المستوى الأكاديمي، غير أنه على المستوى الإداري لم تحظى عملية التغيير بالقدر الكافي حيث جاءت النسبة 9.5%، كما في الجدول رقم (7).

يبدو أن اسم كلية الاقتصاد المنزلي لا يتناسب مع مجالات التخصص عند الكثيرين، كما جاء ذلك من خلال الإجابة حول هل اسم كلية الاقتصاد المنزلي يتناسب مع مجالات التخصص؟ حيث أن نسبة 79.7% تعتبر النسبة الأكبر والتي عبرت برأيها بعدم الموافقة على أنها تناسب مجالات التخصص، مما يجب عليه تغيير اسم الكلية وفق هذا التأييد للشريحة العريضة من المجتمع التي ترغب في تغيير المسمى، وترى نسبة 13% بأنها تناسب مجالات التخصص وهي تُعد نسبة محدودة للغاية مقارنة بمن يطلب تغيير المسمى، وجاءت نسبة لا أدري بنسبة 7.4%. كما في الجدول رقم (8).

جدول رقم (9)

المسميات المقترحة التالية تراها مناسباً	الرد	النسبة
كلية العلوم التطبيقية الإنسانية	839	36.2%
الكلية التطبيقية لعلوم الإنسان	377	16.3%
كلية التصميم وعلوم الإنسان	882	38.1%
Other	219	9.5%
المجموع	2317	100.00%

المنزلي". وبناء على نتائج تحليل البيانات اتضح لنا أن اسم "**كلية التصميم وعلوم الإنسان**" حصلت على تصويت بنسبة (38%) إلا أن اسم "**كلية العلوم التطبيقية الإنسانية**" حصل على تصويت بنسبة (36%) وإن كانت النسبة متقاربة بين الإسمين إلا أنه وبناءً على المقارنة المرجعية للجامعات العالمية والإقليمية عن الاسم الصحيح سوف يتم اختيار الاسم المطابق للمعايير العالمية للجامعات وهو "**كلية العلوم الإنسانية التطبيقية**". وأيضاً سوف يتم تعديل الاسم لينتطبق مع الجامعات العالمية وهي "**كلية العلوم الإنسانية التطبيقية**" "College of Applied Human Sciences" . وسوف يتم سرد الجامعات العالمية التي تم المقارنة المرجعية حسب اسم الكلية والتخصصات التابعة لها كما هو موضح في الجدول رقم (11).

فيما يخص الاسماء المقترحة نلاحظ أن الاسم الذي يحوي انسان أو حياة حظي بنسبة 24% ولعلنا نجد أن الأسماء الثلاث المختارة يوجد كلمة (الانسان/ حياة) وهي أعلى نسبة تصويت، مما يشير أن ذلك الاختيار من الكلمات المرجح لها أن تكون عاملاً أساسياً في الاختيار، غير أن باقي الاسماء المقترحة ليست عامة وإنما أسماء متخصصة تخدم تخصصات محددة مثل: (أسرة – تصميم)، والجدول التالي يوضح الأسماء المقترحة ونسبها، يهدف هذا التقرير إلى استطلاع رأي "2317" من المجتمع الجامعي طلاب، وإداريين، والمجتمع بوجه عام، سواء كانوا من داخل الجامعة أو خارجها. ولعل ما يجب أن نلفت النظر إليه أن الهدف من الاستبيان الاسهام في مساعدة القيادات الرشيدة على التغيير في الاستراتيجيات واتخاذ القرارات الصائبة لتحقيق رغبة المجتمع في اختيار الاسم الجديد المناسب "لكلية الاقتصاد

جدول رقم (11) المقارنة المرجعية للكليات الأكاديمية المناظرة

Majors	Ranking	College Name	م
Interior Design Textiles & Apparel Gerontology Family Services	Tied for 18 th in the Midwest of USA	School of Applied Human Sciences University of Northern Iowa	1
Community Resource Management Fashion Design Foods & Nutrition Physical and Health Education Recreation Management and Sports Science	33 rd in Africa	School of Applied Human Sciences Kenyatta University	2
Apparel, Merchandising, and Design Child, Adult, and Family Services Culinary Food Science Diet and Exercise Dietetics Early Childhood Education Elementary Education Entrepreneurial Studies Event Management Family and Consumer Sciences Education and Studies Financial Counseling and Planning Food Science Hospitality Management Nutritional Science	Tied for 108 th in USA	College of Human Science Iowa State University	3
Counseling Early childhood development Extension education Fashion design Financial planning Health care Hotel and restaurant management Interior design Nutrition Retail management Social work Teaching	Tied for 168 th in USA	College of Human Science Texas Tech University	4
Department of Design, Housing and Merchandising Department of Human Development and Family Science School of Hotel and Restaurant Administration Department of Nutritional Sciences	Tied for 149 th in USA	College of Human Science Oklahoma State University	5

- down lake placid; the 34-year-old 'miracle on ice' looms large in a news conference, plus other dispatches. Wall Street Journal (Online)
5. Thomas, A. (2005). News: Lake placid on hold. New York, New York: The Association of Independent Video and Filmmakers.
 6. Weigley, E. S. (1974). It might have been euthenics: The Lake Placid conferences and the home economics movement. *American Quarterly*, 26(1), 79-9
 7. عطار. أقبال ، الحلبي. إحسان ، باروم. سميرة ، هزاري. رضا، (1425). فاعلية المواد المتطلبية للالتحاق بالتخصص بأقسام الاقتصاد المنزلي بجامعة الملك عبدالعزيز بجدة من وجهة نظر الطالبات. ابحاث الندوة الأولى للاقتصاد المنزلي، مركز النشر العلمي جامعة الملك عبد العزيز جدة الطبعة الثانية.

المراجع References

1. Elias, M. J. (2010). *Stir it up: home economics in American culture*. University of Pennsylvania Press.
2. McCracken, G. (1986). Culture and consumption: A theoretical account of the structure and movement of the cultural meaning of consumer goods. *Journal of consumer research*, 13(1), 71-84.
3. Norman, R. E. (2010). A history of international home economics services. *Journal of Family and Consumer Sciences*, 102(3), 60-68. Retrieved from <https://search-proquest-com.sdl.idm.oclc.org/docview/820914090?accountid=142908>
4. Staff, W. (2014,). Russians in sochi can't live