



الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية  
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي  
جامعة 8 ماي 1945 قالمة  
كلية العلوم الإنسانية والإجتماعية  
قسم علوم الإعلام والاتصال وعلم المكتبات

## مذكرة تخرج لنيل شهادة الماستر

شعبة: علوم الإعلام والاتصال  
تخصص: اتصال و علاقات عامة  
الموضوع:

التسويق الإلكتروني للخدمات التعليمية وأثره على تفعيل عملية  
التعلم الذاتي  
—دراسة ميدانية على عينة من المستخدمين—

إشراف الأستاذ(ة):

إعداد الطلبة:

— د. بثينة حمدي

— إكرام بوعصيدة

— سارة قلبي

— سارة بحيري

الصفة	الدرجة العلمية	الإسم و اللقب
عضوا رئيسا	أستاذ مساعد أ	د. إلياس بركان
عضوا مناقشا	أستاذ مؤقت	د. أسماء حاجي
عضوا مشرفا	أستاذ محاضر أ	د. بثينة حمدي

السنة الجامعية: 2022 /2021

## شكر وعرافان

الحمد لله الذي بنعمته تتم الصالحات، الحمد والشكر لله العلي القدير الذي وفقنا وأعاننا على إنجاز هذا العمر المتواضع.

أولا وقبل كل شيء نتقدم بكل عبارات الشكر والامتنان

إلى الأستاذة القديرة "حمدي بشينة"

كما نتوجه بجزيل الشكر إلى كل من ساعدنا في هذا العمل

سواء من قريب أو بعيد.

## الإهداء

الحمد والشكر لله رب العالمين والصلاة والسلام على أشرف المرسلين، وعلى اله وصحبه  
أجمعين

بعد أن أنعم الله علي بإنجاز رسالتي هذه أهدي نجاحي إلى الوالدين

الكريمين تقديرا لهما على كل ما قدماه لي وما علماني إياه

إلى زوجي "أيوب وشنان"

إلى أختي "إيمان"

إلى أخي "أسامة"

ولا تنسى منبع البراءة "تسنيم" "وسيم"

إلى زميلاتي "فلى سارة" "بحيري سارة"

إلى كل من ساعدني في إنجاز رسالتي من قريب أو بعيد.

إكرام بوعصيدة

## الإهداء

الحمد والشكر لله رب العالمين والصلاة والسلام على أشرف المرسلين، وعلى اله وصحبه  
أجمعين

بعد أن أنعم الله علي بإنجاز رسالتي، وتحقق هدي بعد جهد طويل أهدي نجاحي إلى أمي  
الغالية أطال الله في عمرها وأشكرها على كل مجهوداتها وتعبها معي

إلى روح أبي الطاهرة رحمه الله

إلى أختي حبيبة قلبي التي تشاركني فرحتي وزوجها

إلى أخي سندي في الحياة وزوجته

إلى البراعم الصغار صفوان جمال الدين، أمير محمد ياسين، يوسف، إياد، غزلان، جنى

إلى زميلاتي: إكرام بوعصيدة، سارة قلبي، سعادة سارة، بوشارب مروة، رزقي سارة، وفاء و

رانيا

إلى كل ما ساعدني في إنجاز رسالتي أهدي هذا الجهد المتواضع.

سارة بحيري

## الإهداء

الحمد والشكر لله رب العالمين والصلاة والسلام على سيد الأنبياء والمرسلين وعلى اله  
وصحبه أجمعين

إلى أمي الغالية أطل الله في عمرها، التي أفهمتني أن العلم هو الحياة، وقدمت لي كل  
الدعم وأنارت أمام عيني شموع الأمل

إلى أبي أطل الله عمره وأدامه

إلى من تشاركني فرحتي، إلى حبيبة قلبي، أختي العزيزة "جهينة"

إلى أخواني "إلياس" و "رأفت"

إلى زوجي "وسيم"

إلى ابنة خالتي الوحيدة "رحمة"

دون أن أنسى طيور الجنة "رواد، رحمة، أمنية"

إلى كل من ساعدني في إنجاز رسالتي أهدى هذا الجهد المتواضع.

سارة قلبي

## الملخص

تهدف الدراسة إلى التعرف على عادات و أنماط استخدام الخدمات التعليمية و التدريبية لدى المستخدمين و كذلك دوافع تعرضهم للخدمات التعليمية الإلكترونية، بالإضافة إلى الإشباع المحققة، و لأجل الإحاطة الكافية بمختلف جوانب دراستنا، و تحقيق هذه الأهداف اعتمدنا في دراستنا على المنهج المسحي، و استخدمنا أداة الإستمارة لجمع البيانات من المبحوثين، حيث تم تطبيق البحث إلكترونياً عبر الفيسبوك على عينة مكونة من 80 فرد تم اختيارهم بطريقة قصدية.

- الكلمات المفتاحية: الخدمات التعليمية، التعلم الذاتي، التعلم الإلكتروني.

## **Abstract**

The current study aims to identify the habits and the usage patterns of educational and training services for users as well as the reasons for their exposure to electronic educational services, in addition, it aims to clarify the achieved gratifications. And in order to spotlight all the aspects of our study and to achieve these goals, we depended in our study on the survey method, and we used the questionnaire to collect data from the respondents, where the research was applied electronically via Facebook on a sample of 80 individuals who were selected intentionally.

- Keywords: educational services, self-learning, electronic learning.

## فهرس المحتويات

شكر وعران

إهداءات

الملخص

فهرس المحتويات

فهرس الجداول

المقدمة

### الفصل الأول: الإطار المنهجي للدراسة

1. الإشكالية ..... 3
2. تساؤلات الدراسة..... 3
3. أسباب اختيار الموضوع..... 4
4. أهمية الموضوع ..... 4
5. أهداف الموضوع..... 4
6. نوع الدراسة و منهجها..... 5
7. أدوات جمع البيانات ..... 6
8. مجتمع وعينة الدراسة ..... 6
9. مجال الدراسة..... 7
10. مفاهيم الدراسة ..... 7
11. الدراسات السابقة ..... 11

### الفصل الثاني: ماهية التسويق التعليمي الإلكتروني

- تمهيد ..... 17

#### المبحث الأول: التسويق الإلكتروني

1. خصائص التسويق الإلكتروني..... 20
2. أنواع التسويق الإلكتروني..... 21



3. طرق التسويق الإلكتروني ..... 22
4. تحديات التسويق الإلكتروني ..... 25

### المبحث الثاني: التسويق التعليمي الإلكتروني

1. أهداف التسويق التعليمي الإلكتروني ..... 27
2. كيفية إعداد الدورات التدريبية ..... 28
3. إستخدام شبكات التواصل الاجتماعي في التعليم ..... 28
4. فاعلية التسويق الإلكتروني في تعليم اللغات ..... 29
5. الإستراتيجيات الناجحة في التسويق التعليمي الإلكتروني ..... 29
32. خلاصة ..... 32

### الفصل الثالث: التعلم الذاتي

- تمهيد ..... 35
1. خصائص التعلم الذاتي ..... 36
2. أهداف التعلم الذاتي ..... 36
3. مبادئ التعلم الذاتي ..... 37
4. أنماط التعلم الذاتي ..... 38
5. أساليب التعلم الذاتي ..... 41
6. المقارنة بين التعلم التقليدي والتعلم الذاتي ..... 42
7. نظريات التعلم الذاتي ..... 43
8. أدوات التعلم الذاتي الحديثة ..... 44
46. خلاصة ..... 46

### الفصل الرابع: عرض وتحليل البيانات و النتائج

1. عرض وتحليل البيانات ..... 48
2. نتائج الدراسة ..... 60
- الخاتمة ..... 62



## فهرس الجداول

رقم الجدول	الصفحة
01	يمثل التعليم التقليدي و التعلم الذاتي و الفرق بينهما 42
02	يمثل توزيع أفراد العينة حسب متغير الجنس 48
03	يمثل توزيع أفراد العينة حسب متغير السن 48
04	يمثل المستوى التعليمي لأفراد العينة 49
05	يمثل توزيع أفراد العينة حسب متغير المهنة 49
06	يمثل نسبة المشاركة في الدورات التعليمية التدريبية الإلكترونية 50
07	يمثل مصادر معرفة الباحثين بالدورات التعليمية التدريبية الإلكترونية 50
08	يمثل الوسيلة المفضلة لإستخدام الدورات التعليمية التدريبية الإلكترونية 51
09	يمثل موقع الدورة التي شاركها فيها الباحثون في الدورات العلمية التدريبية الإلكترونية 51
10	يمثل المدة الزمنية للدورات التعليمية التدريبية الإلكترونية 52
11	يمثل المجالات التي شاركها فيها الباحثون في الدورات التعليمية التدريبية الإلكترونية 52
12	يمثل نسبة التوجه للخدمات التعليمية المتاحة على اليوتيوب 53
13	يمثل مجالات الخدمات التعليمية في اليوتيوب 54
14	يمثل الطرف المفضلة لتحصيل الخدمة التعليمية الإلكترونية 54
15	يمثل آراء الباحثين حول ضرورة التوجه للدورات التعليمية التدريبية الإلكترونية 55
16	يمثل دوافع أفراد العينة للدورات التعليمية التدريبية الإلكترونية 55
17	يمثل آراء الباحثين حول المعلومات المتحصل عليها من الدورات التعليمية التدريبية الإلكترونية 56
18	يمثل عوامل جذب أفراد العينة للدورات التعليمية التدريبية الإلكترونية 56
19	يمثل الإشباعات المحققة من الدورات التدريبية و المحتويات التعليمية الإلكترونية 57
20	يمثل الطرق التي تحقق بها الدورات التعليمية التدريبية الإلكترونية إشباعات للمستخدمين 57
21	يمثل نسبة المتعة عند المشاركة في الدورات التعليمية التدريبية الإلكترونية 58
22	يمثل تكلفة الدورات التعليمية التدريبية الإلكترونية 58

59	يمثل طرق الدفع عند المشاركة في الدورات التعليمية التدريبية الإلكترونية	23
59	يمثل آراء المبحوثين حول إستمرارية التعلم الذاتي	24

### المقدمة

يتميز العصر الحالي بالسرعة والتطور العلمي والتكنولوجي في كافة مجالات الحياة العلمية والتطبيقية، كالتسويق الذي منذ نشأته مر بعدة مراحل حتى وصل إلى ما يعرف بالتسويق الإلكتروني الذي أعتبر فقرة نوعية مهمة في عملية تبادل السلع والخدمات في مختلف المجالات، ويعتبر المجال التعليمي من أبرزها الذي أصبح اتجاه معظم المستخدمين بهدف التعلم والتكوين، فالتعلم إلكترونياً عملية محفزة لدى الأفراد مما جعلهم يحرصون على إكتساب مهارة التعلم الذاتي والسعي إلى تطوير مهاراتهم وشخصيتهم و التركيز على تحسين مستواهم و إستخدام التكنولوجيات الحديثة في التعلم كالإنترنت ووسائل التواصل الإجتماعي مثل الفيسبوك، الإنستغرام، اليوتيوب، وغيرها من المواقع، التي تهتم بتعليم اللغات وحتى برامج الدروس لجميع المستويات مما يجعلهم يساهمون في دفع عجلة التقدم والتطوير نحو العالم الخارجي.

وبناء على ما سبق علمنا على تقسيم البحث بعد المقدمة إلى جانبين، جانب نظري وجانب تطبيقي (ميداني) فالجانب النظري يشمل أربعة فصول نستخلصها فيما يلي:

الفصل الأول تناولنا فيه إشكالية الدراسة من خلال طرح الإشكالية والتساؤل الرئيسي والتساؤلات الفرعية وكذلك أهداف الدراسة وأهميتها وتحديد مصطلحات الدراسة وفي الأخير بعض الدراسات السابقة حول الموضوع، أما الفصل الثاني كان حول ماهية التسويق الإلكتروني والتسويق التعليمي الإلكتروني وينقسم إلى مبحثين، المبحث الأول حول التسويق الإلكتروني حيث تناولنا خصائص التسويق الإلكتروني و أنواعه وطرقه وتحدياته، أما بالنسبة للمبحث الثاني التسويق التعليمي الإلكتروني تناولنا أهداف التسويق التعليمي و كيفية إعداد الدورات التدريبية و إستخدامات شبكات التواصل الإجتماعي في التعلم الإلكتروني وكذا فاعلية التسويق الإلكتروني في تعلم اللغات والإستراتيجيات الناجحة في التسويق التعليمي الإلكتروني، والفصل الثالث كان حول التعلم الذاتي وتطرقنا فيه إلى خصائص و أهداف و مبادئ و أنماط و أساليب التعلم الذاتي و كذلك المقارنة بين التعلم التقليدي والتعلم الذاتي، إضافة إلى نظريات وأدوات التعلم الذاتي، الفصل الرابع الذي أخذ عنوان "الجانب التطبيقي للدراسة" يشمل تحليل البيانات و النتائج العامة للدراسة.

# الفصل الأول

## الإطار المنهجي للدراسة

1. الإشكالية
2. تساؤلات الدراسة
3. أسباب اختيار الموضوع
4. أهمية الدراسة
5. أهداف الدراسة
6. نوع الدراسة و منهجها.
7. أدوات جمع البيانات.
8. مجالات الدراسة
9. مجتمع البحث وعينة الدراسة
10. تحديد المفاهيم المتعلقة بالدراسة
11. الدراسات السابقة

## 1. الإشكالية:

في ظل العولمة التي يشهدها العالم خصوصا في مجال التكنولوجيا، التي أثرت على مختلف القطاعات تعمل على دمج تقنيات الاتصالات الحديثة التي تكون مبرجة و مسطرة، والتي أصبحت أساس للحضارة المعاصرة كونها ملازمة للإنسان في مختلف نشاطاته وفي كل جوانب حياته.

كغيره من القطاعات بدأ التعلم يأخذ شكل جديد مختلف ومتطور، و بصفته من أهم القطاعات أصبحت مختلف بلدان تعمل من أجل إيجاد بدائل أفضل تنتج فرص أكثر للتعلم بشكل أكثر يسرا و اتساعا، حيث أصبح التعلم مطالبا بالبحث عن أساليب و نماذج حديثة للعملية التعليمية لمواجهة العديد من التحديات على المستوى العالمي، منها زيادة الطلب على التعلم، وزيادة كم المعلومات في جميع فروع المعرفة المختلفة، وبعد مصطلح التعلم الإلكتروني من بين المفاهيم التي ظهرت في هذا المجال، إذ يعتبر عملية تعليمية ذاتية تتم عبر أجهزة الحاسوب أو الهواتف الذكية أو غيرها، سواء كان ذلك عبر الاتصال بالإنترنت أو استخدام القرص الصلب، حيث توفر هذه العملية التعليمية للمتعلم الحصول على التعلم في أي مكان و في أي وقت، وهو ما يتضمن عرض كل من المقاطع الصوتية و الفيديوها و النصوص المتحركة، و هو ما يخلق بيئة تعليمية ممتازة، وكذلك يعمل بالإرتقاء بالمستوى التحصيلي، و الفكري، والإداري لدى المستخدمين، وينمي لديهم مهارة التعلم الذاتي بإعتباره نشاطا واعيا ينبع من دوافع داخلية لدى الفرد، توجهه إلى تحسين و تطوير شخصيته و مهاراته.

فالتعلم الذاتي أسلوب حديث للتعلم و التكوين في جميع المجالات، أو التخصصات أو الحياة بشكل عام، فهو اصبحا في متناول كثير من الناس، وتتوقف عملية التعلم الذاتي على إرادة الفرد و حبه لإكتساب المعرفة و كذلك إكتساب مهارات جديدة، مع أن الحصول على المعلومات أصبح سهلا فقط من خلال بحث بسيط على جوجل أو الإستعانة بتوجهات بعض المشرفين و المدربين، كما هو الحال في الدورات التدريبية المتوفرة على الكثير من المواقع منها الفاسبوك و الأنستغرام و اليوتيوب و الدوافع التي أدت إلى توجه الأفراد إلى التعلم الذاتي الإلكتروني في شغفه لذلك، الذي يعمل كقوة إضافية توجه سلوك المستخدمين نحو النجاح و التفوق، و هذا بالتركيز على المشاركة و التفاعل و التطلع المستمر للخدمات التعليمية الإلكترونية التي تحرص على التعلم الذاتي. وعلى هذا الأساس جاءت هذه الدراسة كمحاولة للتعرف على الخدمات التعليمية الإلكترونية التي تساهم في التعلم الذاتي، وفي هذا السياق نطرح التساؤل الرئيسي التالي:

— ما مدى تأثير التسويق الإلكتروني للخدمات التعليمية على تفعيل عملية التعلم الذاتي لدى المستخدمين؟

## 2. تساؤلات الدراسة

ونرفق هذا التساؤل الرئيسي بجملة التساؤلات الفرعية الآتية:



- هل درجة تفعيل عملية التعلم الذاتي مرتبطة بالتسويق الإلكتروني؟
- ما مدى إقبال المبحوثين على الخدمات التعليمية الإلكترونية؟
- ما أهم عادات و أنماط التعرض للخدمات التعليمية الإلكترونية لديهم؟
- ماهي أبرز دوافع التعرض للخدمات التعليمية الإلكترونية لدى المبحوثين؟
- ما أهم الإشاعات المحققة لديهم؟

### 3. أسباب اختيار الموضوع:

إن إختيارنا لهذا الموضوع لم يكن عشوائيا، بل تمحور حول عدة أسباب منها ما هو موضوعي، وما هو ذاتي

و هي كالآتي :

#### 1.3. أسباب ذاتية:

- مواكبة الموضوع للمتغيرات التي تحدث في العصر الرقمي.
- محاولة إثراء موضوع بحثي جديد نظرا لغياب ثقافة التسويق التعليمي الإلكتروني.

#### 2.3. أسباب موضوعية:

- إعجابنا بموضوع التسويق الإلكتروني كأسلوب و أداة ناجحة لنهوض بالخدمات التعليمية.
- قناعتنا بالدور الذي يلعبه التسويق الإلكتروني وأثره في تفعيل عملية التعلم الذاتي.

### 4. أهمية الموضوع:

تكمن أهمية الموضوع في أهمية التسويق الإلكتروني للخدمة التعليمية و تطورها كمفهوم و ممارسة من خلال:

- المساعدة على إستخدام التكنولوجيا الحديث للمواقع التعليمية الإلكترونية.
- مساعدة المتدربين على تنمية مختلف مهاراتهم التكنولوجية.
- يساهم البحث في تزويد الطلبة بقدر مناسب من الثقافة التكنولوجية.
- تنمية الجانب المعرفي للمتدربين في إحتياجاتهم و مواكبة مستجدات العصر.

### 5. أهداف الموضوع:

نحاول من دراسة هذا الموضوع إلى الوصول إلى جملة من الأهداف المتمثلة فيما يلي:

- التعرف على الدور الذي يلعبه التسويق التعليمي الإلكتروني في تفعيل عملية التعلم الذاتي.
- إبراز الأهمية التي يكتسبها التسويق التعليمي الإلكتروني لاسيما في الوقت الراهن.
- التعرف على محتوى الخدمات التعليمية التي يقدمها التسويق التعليمي الإلكتروني.

- الكشف عن دوافع التعرض للخدمات التعليمية إلكترونياً.
- الكشف عن مدى الاستفادة من محتويات التعلم الإلكتروني في التعلم الذاتي.

## 6. نوع الدراسة و منهجها:

تلعب مناهج البحث العلمي دوراً أساسياً في الكشف عن تلك الظواهر ومساعدة الإنسان في فهم ما يحيط به، حيث يعتبر المنهج عبارته عن جملة الخطوات المنظمة التي يجب على الباحث إتباعها في إطار الإلتزام بتطبيق قواعد معينه تمكنه من الوصول إلى النتيجة المسطرة، أي أن المنهج عبارة عن إخضاع الباحث لنشاطه البحثي لتنظيم دقيق في شكل خطوات معلومه يحددها في مساره البحثي.

وقد إعتمدنا في دراستنا لموضوع "التسويق الإلكتروني للخدمات التعليمية وأثره في تفعيل عملية التعلم الذاتي لدي المستخدمين" على الدراسة الوصفية التي تعتمد على التحليل والتفسير بشكل علمي، للوصول إلى أغراض محددة لوضعية إجتماعية معينة، حيث تعرف على أنها مجموعة الإجراءات البحثية التي تتكامل لوصف الظاهرة أو الموضوع إعتقاداً على جمع الحقائق والبيانات و تصنيفها ومعالجتها وتحليلها تحليلًا كافيًا ودقيقًا لإستخلاص دلالتها والوصول إلى نتائج أو تعميمات عن الظاهرة أو الموضوع أو محل الدراسة، وعلى الرغم من أن الوصف الدقيق المتكامل هو الهدف الاساسي للبحوث الوصفية إلا أنها كثيراً ما تتعدى الوصف إلى التفسير وذلك في حدود الإجراءات المنهجية المتبعه وقدره الباحث على التفسير والاستدلال، ومن خصائص الدراسة أنها من أكثر أنواع الدراسات شيوعاً وإستخداماً في الظواهر الإنسانية والإجتماعية، كما أنها تعتمد على جمع البيانات اللازمه للإجابة عن التساؤلات المطروحه حول الظاهرة باستخدام أدوات مثل: الإستبيان الملاحظه، والمقابلة، كذلك تدرس الظاهرة كما هي في الواقع، وتساعد على التنبؤ بمستقبل الظواهر المختلفه، وترتكز على وصف الظاهرة نفسها دون التأثير بعوامل اخرى.

وبما ان دراستنا في وإطار الدراسات الوصفية التي تقتضي منا جمع البيانات وتصنيفها ووصفها وتحليلها من اجل استخلاص النتائج والتحكم فيها، جملنا نلجأ إلى المسح بالعينة الذي يعتبر من أهم المناهج المعتمده في الدراسات الوصفية التي يكون فيها المجتمع الأصلي كبير مما يصعب على الباحثين أن يتصلوا بكافة الأفراد فيه. ويعرف المنهج المسح<sup>1</sup> بأنه يعتمد على المسح في تجميع البيانات والحقائق الجارية عن موقف معين، وذلك من عدد كبير نسبياً من الحالات في وقت معين أيضاً، فهذه الطريقة بالضرورة في دراسات مستعرضة، وتختلف طرق المسح باختلاف المجالات التي يتبعها الباحث للقيام بهذا العمل، ويعرف أيضاً بأنه عبارته عن تجميع منظم للبيانات المتعلقة

<sup>1</sup>حمود أحمد درويش، مناهج البحث في العلوم الإنسانية، مؤسسة الأمة الإسلامية للنشر و التوزيع، (د.م)، ط1، 2018، ص71.

بموضوع معين خلال فترة زمنية معينة والوظيفة الأساسية هي جمع المعلومات التي يمكن فيها بعد تحليلها وتفسيرها ومن ثم الخروج بإستنتاجات منها.

## 7. أدوات جمع البيانات:

يعتمد المنهج المسحي على أدوات علمية قصد جمع المعلومات والبيانات من مجتمع الدراسة، بما يقضي اعتماد أدوات منها:<sup>1</sup>

الإستبيان: هو مجموعة من التساؤلات الإستفهامية، رتبت بطريقة معينة في وثيقة مكتوبة، توجه إلى أشخاص معين يعتبرون مصدر لجمع المعلومات، ويتولون جمع المعلومات بأنفسهم ليعيدوها عقب ذلك الى مصدر الاستفهام".

حيث تكونت هذه الاستمارة من 23 سؤال، تما تقسيمها إلى ثلاثة محاور كالآتي:

المحور الأول: البيانات الشخصية.

المحور الثاني: عادات و أنماط إستخدام الخدمات التعليمية والتدريبية الإلكترونية.

المحور الثالث: دوافع و إشباعات التعرض للخدمات التعليمية الإلكترونية لتحقيق عملية التعلم الذاتي لدى المستخدمين.

## 8. مجتمع وعينة الدراسة:

يعتبر تحديد مجتمع البحث الخطوة الرئيسية التي يجب إتباعها قبل تحديد نوع العينة وسبب ذلك هو وجود فروق بين مجتمع البحث والعينة فهو يشمل جميع الوحدات أو المفردات التي تتوفر فيها الخصائص لدراساتها.

أما العينة ببساطة: هي جزء من المجتمع يتم إختبارها لغرض دراستها والوصول إلى بعض الإستنتاجات عن المجتمع<sup>2</sup>، وعليه فإن مجتمع البحث الذي إختارناه في دراستنا يتمثل في جمهور مستخدمي الشبكات الاجتماعية، وعليه تمثلت عينة بحثنا في المستخدمين الذين سبق وأن تعرضوا لتكوين أو دورة تدريبية إلكترونية، عليه فعينة بحثنا هي القصدية<sup>3</sup> التي يتم إختيارها لغرض معين أو قصد معين كونها تحقق أغراض الدراسة التي يقوم بها الباحث، وينتقي الباحث الأفراد الذين هم من بين مفردات العينة على أساس عمدي، طبقا لما يراه من سمات معينة في هذه المفردات بما يخدم أهداف الدراسة، فمن أراد دراسة واقعة معينة أو قضية معينة يتقيد بالأشخاص ذو علاقة بتلك

<sup>1</sup>مصطفى حميد الطائي وخير ميلاد أبو بكر، مناهج البحث العلمي وتطبيقاتها في الاعلام والعلوم السياسية، دار الوفاء لدنيا الطباعة والنشر، الإسكندرية (د، ط)، 2007، ص242.

<sup>2</sup>رحيم يونس كرو العزاوي، مقدمة في منهج البحث العلمي، دار دجلة للنشر و التوزيع، عمان، ط، 2008، ص182.

<sup>3</sup>محمود أحمد أبو سمرة، محمد عبد الإله الطبطي، مناهج البحث العلمي من التنين إلى التمكين، دار البازوري العلمية للنشر و التوزيع، عمان، (د، ط)، 2020، ص59.

الواقعة أو القضية دون غيرهم، وقد قمنا بإختيار 80 مفردة من المجتمع الكلي من كلا الجنسين، كونهم نموذج جيد وملائم لتطبيق عليهم دراستنا.

### 9. مجال الدراسة:

#### 1.9. المجال الزماني:

كانت المدة الزمنية المستغرقة في إجراء الدراسة الميدانية أسبوع، حيث حولنا من خلالها التعرف على مجتمع البحث والاحتكاك بهم من أجل الحصول على معلومات ونتائج صحيحة، وكان ذلك يوم 16 ماي 2022 التطبيق الفعلي لإستمارتنا.

#### 2.9. المجال البشري:

يتمثل المجال البشري لدراستنا في مستخدموا الشبكات الاجتماعية البالغ عددهم 80.

### 10. مفاهيم الدراسة:

#### 1.10. التسويق:

لغة: أصلها من سوق ومنها السوق وهو موضع البياعات.

إصطلاحا: هو جميع أوجه النشاط التي تيسر وصول المنتجات والسلع، إلى المستهلكين وذلك لتلبية رغباته<sup>1</sup>.

#### 2.10. التسويق الإلكتروني:

أسندت عدة تعاريف للتسويق الإلكتروني نذكر منها:

- التسويق الإلكتروني هو عملية الإستخدام الأمثل لتقنيات الرقمية، بما في ذلك تقنيات المعلومات والإتصالات لتفعيل إنتاجية التسويق وعملياتها المتمثلة في الوظائف التنظيمية والعمليات والنشاطات الموجهة لتحديد حاجات السوق المستهدفة وتقديم السلع والخدمات للعملاء<sup>2</sup>.
- وفي تعريف آخر يعرف على أنه "مجموعة من الأنشطة التسويقية التي تعتمد على الوسائط الإلكترونية وشبكات الحاسبات الالية والأترنت<sup>3</sup>.

<sup>1</sup> محمد سعيد عبد الفتاح، التسويق، دار النهضة العربية لطباعة والنشر، بيروت، (د، ط)، 1983، ص23.

<sup>2</sup> أحمد صالح ناصر، علي الزغي، التسويق الإلكتروني في القرن الحادي والعشرون، دار البارودي العلمية للنشر والتوزيع، (د، م)، (د، ط)، 2009، ص21.

<sup>3</sup> طارق طه، "التسويق" بالأترنت والتجارة الإلكترونية، دار الفكر الجامع، الإسكندرية، (د، ط)، 2006، ص31.

### التعريف الإجرائي:

التسويق الإلكتروني ببساطة هو استخدام أو إستغلال شبكة الأنترنت وأجهزة الكمبيوتر والهواتف الحديثة للوصول الى العملاء والمستهلكين بسهولة.

### 3.10. الخدمات:

لغة: الجمع خدم، خدمات مصدر خام، وهي مساعدة أو فضل هدية: منحة، عناية.

اصطلاحاً: هي مساعدة يقدمها المنتجون أو البائعون للعملاء في إختيار المنتجات وإستخدامها على الوجه الأمثل.

- من الناحية التسويقية هي عبارة عن تصرفات أو أنشطة أو أداء يقدم من طرف الى اخر هذه الأنشطة تعتبر غير ملموسة ولا يترتب عليها نقل ملكية أي شيء، كما أن تقدم الخدمة قد يكون مرتبطاً أو غير مرتبطاً بمنتج مادي ملموس<sup>1</sup>.

### التعريف الإجرائي:

هو عمل موجه بشكل مباشر لتلبية حاجات أو رغبات أشخاص أو شخص (يطلبها أو يحتاج إليها) وقد تكون مادية أو غير مادية .

### 4.10. الخدمات التعليمية:

- مجموعة من المنافع التي تستمدتها المؤسسة التعليمية أو المنظمة والتي تؤدي الى إشباع حاجات ورغبات المستفيد عند حصوله على الخدمة، تتمثل بإكتساب المعرفة وإحداث تغير فيها<sup>2</sup>.

- ساهم التوسع في شبكة الأنترنت في إنتشار وسيلة التعلم التي استفدت من مزايا الأنترنت كإمكانية الوصول دون التقيد بحدود الزمان والمكان، وهناك مؤسسات كثيرة تعرض خدمات تعليمية عبر الأنترنت بما تتماشى والاهتمامات الجديدة للأفراد، كاللغات، مواقع الواب وغيرها<sup>3</sup>.

### التعريف الاجرائي:

تعني الخدمة التعليمية مدى قدرة المؤسسة أو المنظمة التعليمية على تحقيق أهداف تعليمية وتسويق خدماتها وبرامجها بما يتناسب مع السوق المستهدفة.

<sup>1</sup> بدر الحداد عوض، التسويق المصرفي، المدخل المتكامل لحل المشكلات البنكية، إتحاد المصارف العربية، (د، م)، ط1، 1988، ص72.

<sup>2</sup> ليث علي الحكيم، عمار عبد الأمين زوين، تحسين جودة التعلم الجامعي بإستخدام نموذج QFD، دراسة تطبيقية في كلية الإدارة والاقتصاد بجامعة الكوفة، مجلة مراكز الدراسات، الكوفة، العدد 12، 2009، ص188.

<sup>3</sup> ليلي مطالي، الوجيز في التسويق الإلكتروني، دار الكتب العلمية، لبنان، ط1، 2016، ص78.

5.10. مفهوم التعلم:

هو عملية تعديل مستمرة في سلوك الفرد لتحقيق حاجاته ورغباته. ويعرف أيضا بأنه "عملية تدفق للمعرفة من المصدر إلى المتعلم، وعلى أساس هذه العملية يتم التعلم وفقا للخطوات التالية:

- يتسلم المتعلم المادة ويدرك على أنها عناصر جديدة من المعرفة.
- يتم فحص العناصر الجديدة لإكتشاف صحتها أو خطأ ومن تم رفضها.
- يتم تدوير عناصر المعرفة الجديدة من قبل المتعلم من خلال ترميمها وتمثيلها وتنظيمها حسب الأولويات<sup>1</sup>.

6.10. التعلم الذاتي:

- التعلم الذاتي هو العملية التي يقوم المتعلم من خلالها بإكتساب المعارف والخبرات بنفسه، حيث يقع على عاتقه الدور الأكبر في عملية التعلم، فهو يتفاعل مباشرة مع المواقف المختلفة من أجل اكتساب الخبرات والمعارف والمعلومات وتطوير مهاراته وقدراته، وبهذا المنظور فإن عملية التعلم تصبح موجهة نحو المتعلم، فهو محورها الرئيسي وهو الذي يتحكم بمتغيراتها وظروفها، مما يمكنه من السيطرة على مواقف التعلم المختلفة واكتساب الخبرات حسب سرعته الخاصة بما يتلاءم وإمكاناته وقدراته<sup>2</sup>.
- التعلم الذاتي هو عملية إجرائية مقصودة يحاول فيها المتعلم أن يكتسب بنفسه القدر المتقن من المعارف، والمفاهيم والمبادئ والإتجاهات والقيم والمهارات، مستخدما أو مستفيدا من التطبيقات التكنولوجية كما تتمثل في الكتب المبرمجة، ووسائل وآلات التعليم والتقنيات المختلفة<sup>3</sup>.
- إن التعلم الذاتي يعرف كذلك على أنه جعل عملية التعلم عملية متمركزة حول المتعلم نفسه وليس حول المادة التعليمية، ولذا ينبغي أن يمنح المتعلم الفرصة كي يختار ويحدد ويتحمل مسؤولية ما يود تعلمه بحيث يصبح موجهها لذاته كتفاعلات بطريقة إيجابية مع كل موقف يواجهه أو يصر به، حيث أن فعاليته وإيجابية

<sup>1</sup> صليحة رقاد، تطبيق نظام ضمان الجودة في مؤسسات التعليم العالي الجزائرية، دراسة ميدانية بمؤسسات التعليم العالي للشرق الجزائري، أطروحة دكتوراه، جامعة فرحات عباس، سطيف 1، 2014، ص 22.

<sup>2</sup> عماد عبد الرحيم الزغلول وشاكر، سيكولوجية التدريس الصقي، دار المسيرة، الأردن، ط 1، 2007، ص 219.

<sup>3</sup> عبد الرحمان عبد السلام جامل، الكفايات التعليمية في القياس والتقويم واكتسابها بالتعلم الذاتي، دار المناهج لنشر والتوزيع، عمان، ط 1، 1998، ص 11.

من شأنها أن تجعله شخصا راغبا في التعلم عاملا على نمو معارفه مستكشفا لما حوله راغبا في التجديد والابداع<sup>1</sup>.

التعريف الإجرائي:

ومن خلال عرض مجموعة من التعاريف السابقة يتبين أن التعلم الذاتي هو: "نوع من أنواع التعلم يتم بأساليب متعددة، حيث يعتمد فيه المتعلم أو الطالب على نفسه في عملية التعلم، فلا يتقيد بزمان ومكان معين، ويهدف التعلم الذاتي الى اكتشاف متعلم الى معارف علمية وخبرات جديدة وتطوير مهارته، وذلك حسب إمكانياته وقدراته، خصائصه وسرعته الذاتية في التعلم.

### 7.10. التعلم الإلكتروني:

- التعليم الإلكتروني بأنه مجموعة الأساليب والإستراتيجيات التي يتم من خلالها تنمية المعلومات والمهارات والإتجاهات لدى الفرد أو مجموعة من الأفراد سواء أكان ذلك بشكل مقصود أو غير مقصود وذلك باستخدام الأنترنت وأجهزة الحاسوب وملحقاته بشكل متزامن أو غير متزامن.

- يعرف أيضا بأنه منظومة تعليمية لتقديم البرامج التعليمية أو التدريسية للمتعلمين أو المتدربين في أي وقت في أي مكان باستخدام تقنيات المعلومات والإتصالات التفاعلية لتوفير بنية تعليمية تعليمية تفاعلية متعددة المصادر بطريقة متزامنة أو غير متزامنة عن بعد دون الإلتزام بالمكان إعتقادا على التعلم الذاتي والتفاعل بين المعلم والمتعلم<sup>2</sup>.

- التعليم الإلكتروني هو أفضل طريقة لتقديم البرامج التدريبية والتعليمية عبر وسائل إلكترونية من خلال شبكة الأنترنت<sup>3</sup>.

التعريف الإجرائي :

هو التعليم الذي يعتمد على إستخدام آليات الإتصال الحديثة و المعاصرة من كمبيوتر و شبكاته ووسائله المتعددة ، ومكتبات إلكترونية، آليات بحث ، وكذلك بوابات الأنترنت في الإتصال، و إستقبال المعلومات ، واكتساب المهارات.

<sup>1</sup> طارق عبد الرؤوف عامر، إيهاب عيسى المصري، أسس وأساليب التعلم الذاتي، دار العلوم للنشر والتوزيع، القاهرة، ط1، 2012، ص15.

<sup>2</sup> طارق عبد الرؤوف، التعليم الإلكتروني و التعليم الافتراضي (إتجاهات عالمية معاصرة)، دار الكتب المصرية، القاهرة، ط1، 2014، ص ص، 23، 28.

<sup>3</sup> حمد بن سيف الهماهي، حجازي إبراهيم، التعلم عن بعد، منظمة الأمم المتحدة لتربية و العلم و الثقافة، اليونسكو، (د.ط)، 2020، ص18.

11. الدراسات السابقة:

تعتبر الدراسات السابقة أحد الأجزاء المهمة في خطة البحث العلمي، وهي تعد بمثابة الجزء الثاني المتغير بالإطار النظري لمنهج البحث العلمي المقدم.

- لقد اعتمدنا في هذه الدراسة على أربعة دراسات سابقة متشابهة لدراستنا وتمثل في:

الدراسة رقم 01:

دراسة لويذة مسعودي بعنوان "إتجاهات الطلبة نحو إستخدام الأنترنت في تحقيق التعليم الذاتي"<sup>1</sup>.  
حيث تم طرح الإشكالية الآتية:

- ما هي إتجاهات الطلبة لإستخدام الأنترنت في تحقيق التعليم الذاتي؟

وللإجابة على هذه الإشكالية تم طرح التساؤلات الفرعية الآتية:

- ما هي إتجاهات الطلبة نحو استخدام الأنترنت في تحقيق الدافعية لتعلم الذاتي؟

- ما هي اتجاهات الطلبة نحو استخدام الأنترنت في تحقيق الفاعلية الذاتية؟

أما بالنسبة لهدف الدراسة فهو يتمثل في ما يلي:

- الكشف عما إن كانت هناك اتجاهات إيجابية لطلاب نحو إستخدام أنترنت في تحقيق التعلم الذاتي.

أما بالنسبة لنوع الدراسة هي دراسة ميدانية، اعتمدت الباحثة فيها على الإستبيان لجمع المعلومات على عينة مكونة من 130 طالب وطالبة من جامعة باتنة.

وتوصلت هذه الدراسة الى النتائج التالية:

- إن إتجاهات الطلبة نحو إستخدام الأنترنت في تحقيق الدافعية "إيجابية".

- إن إتجاهات الطلبة نحو إستخدام الأنترنت في الفعالية "إيجابية".

- تفترض أن اتجاهات الطلبة نحو إستخدام الأنترنت في تحقيق مستوى الطموح "إيجابية".

- لا توجد فروق بين الطلبة في الإبتداء نحو إستخدام الأنترنت في تحقيق التعلم الذاتي تعرى لمتغير الجنس.

<sup>1</sup>لويذة مسعودي، "اتجاهات الطلبة نحو استخدام الأنترنت في تحقيق التعلم الذاتي، مذكرة ماجستير في علوم التربية، تخصص تكنولوجيا التربية والتعليم بجامعة باتنة، 2009-2010.



- توجد فروق بين الطلبة في الاتجاه نحو استخدام الأنترنت في تحقيق التعلم الذاتي حسب التخصص.

الإستفادة من هذه الدراسة تتمثل في:

- أخذ فكرة عن الموضوع.
- تحديد و بلورة المشكلة البحثية و تحديد أبعادها و مجالاتها .
- تحديد منهج و عينة المناسبة .

الدراسة رقم 02:

دراسة يوسف حجيم سلطان الطائي وهاشم فوري دباس، بعنوان "تسويق خدمة التعليم الجامعي وملائمتها مع إحتياجات الزبون"<sup>1</sup>.

حيث تم طرح الإشكالية التالية:

- هل المزيج التسويقي التعليمي دور في تحقيق رضا الزبون وتحسين الخدمة المقدمة من قبل الجامعة؟

ولالإجابة على هذه الإشكالية تم طرح التساؤلات الفرعية الآتية:

- هل للمزيج التسويقي التعليمي في تحديد إحتياجات السوق المستهدف؟

- هل للمزيج التسويقي التعليمي في تحديد الاستراتيجية الملائمة؟

أما بالنسبة لهدف الدراسة فهو يتمثل في ما يلي:

- تسعى هذه الدراسة إلى تحديد المنهج التعليمي والمتمثل بالخدمة الجامعة من حيث المواصفات الأساسية

التي يتمتع بها هذا المنتج التعليمي (الخدمة، السعر، الترويج، التوزيع).

أما بالنسبة لنوع الدراسة هي دراسة ميدانية، إعتد فيها الباحثين على الإستبيان لجمع المعلومات.

وتوصلت هذه الدراسة الى النتائج التالية:

- أكدت النتائج أن الجامعة تتمتع بالعلاقات العامة مع كافة الشرائح مما يسهل على هذه الشرائح التعرف

على كافة الإختصاصات العلمية الموجودة في الجامعة.

<sup>1</sup> يوسف حجيم سلطان الطائي، هاشم فوزي دباس، تسويق خدمة التعليم الجامعي وملائمتها مع إحتياجات الزبون، مذكرة ماجستير في إدارة واقتصاد، تخصص إدارة أعمال، جامعة الكوفة، 2006-2007.

- أظهرت النتائج بأن هناك بعض الرسوم الرمزية التي يدفعها الطلبة للجامعة عند تسجيلهم في الكليات التابعة لها، هذا فضلا عن قيام الجامعة بتوجيه كتب شكر وتشير إلى بعض الجهات التي تقدم التبرعات والمنح للجامعة.
- أظهرت النتائج بأن الجامعة تتمتع بعلاقات عامة مع كافة شرائح المجتمع.
- مما يسهل على هذه الشرائح التعرف على كافة الإختصاصات العلمية الموجودة في الجامعة.
- دعمت النتائج الفرضية الثانية المتعلقة بتسويق مزيج خدمة التعليم الجامعي ورضا الزبون عن الخدمة التعليمية.
- توفير الجامعة الكوادر الكفؤة من التدريس في الجامعة مما ينعكس ذلك على سعة القدرة الاستيعابية للمدارك الفكرية للطلبة.

حدود الاستفادة من الدراسة تتمثل في:

- فهم الإطار العام للموضوع، ووضع خطة البحث.
- تحديد النقطة العلمية التي تبنى عليها مادتنا المعرفية.

### الدراسة رقم 03:

دراسة منال بنت محمد بن عبد العزيز ال عثمان "دراسة تحليلية لرسائل الماجستير والدكتوراه في مجال التعليم الإلكتروني، بجامعة الملك سعود في مدينة الرياض خلال<sup>1</sup>:

حيث تم طرح الإشكالية التالية:

- ما خصائص رسائل الماجستير والدكتوراه في مجال التعليم الإلكتروني المجازة من كلية التربية جامعة الملك سعود؟

ولالإجابة على هذه الإشكالية تم طرح التساؤلات الفرعية التالية:

- ما هي الدرجات العلمية التي منحها الرسائل؟
- ما الأقسام الأكاديمية التي أجازت الرسائل؟
- ما هي المراحل الدراسية المستهدفة في الرسائل؟

أما بالنسبة لهدف دراسة فهو يتمثل في ما يلي:

<sup>1</sup> منال بت محمد بن عبد العزيز ال عثمان، دراسة تحليلية لرسائل الماجستير والدكتوراه في مجال التعليم الإلكتروني بجامعة الملك سعود، مذكرة ماجستير في الآداب، تخصص وسائل تكنولوجيا التعليم، جامعة الملك سعود، الرياض، 2009.

- تحديد خصائص رسائل الماجستير والدكتوراه في مجال التعليم الإلكتروني المجازة من كلية التربية وأقسامها بجامعة الملك سعود بالرياض.
- أما بالنسبة لنوع الدراسة هي دراسة تحليلية، إتمدت الباحثة فيها على الإستبيان بجمع المعلومات على عينة متكونة من 19 محكما تربويا ومتخصصين في الإحصاء ومناهج البحث في كلية التربية بجامعة الملك سعود.
- وتوصلت هذه الدراسة إلى النتائج التالية:
- بلغ عدد الرسائل العلمية التي أجزيت لنيل درجة الماجستير أو الدكتوراه 52 رسالة متخصصة في التعليم الإلكتروني خلال 13 عاما بجامعة الملك سعود 50 رسالة منها للماجستير و2 دكتوراه.
- يعتبر قسم الوسائل وتكنولوجيا التعليم أكثر الأقسام الأكاديمية تناولا لمجال التعليم الإلكتروني في رسائل الماجستير بنسبة إجمالية بلغت 83% ويليه قسم المناهج وطرق التدريس بنسبة 13% بينما قسم الإدارة التربوية والتربية بلغت نسبة كلا منها 4%.
- تعتبر المرحلة الثانوية أكثر مراحل التعليم إستهدفا في عينة الدراسة حيث بلغت نسبة الرسائل التي تناولتها 33%، تليها مرحلة الابتدائية بنسبة 17%، ومن ثم المرحلة الجامعية 15%، أما المرحلة المتوسطة 13% من الرسائل، ومرحلة ما قبل الإبتدائية 6 ودراسة 1 لمرحلة التربية الفكرية.
- بلغ عدد طلاب الدراسات العليا الذين أعدوا رسائلهم في مجال التعليم الإلكتروني 32 طالبا بنسبة 53% وكان نصيب الطالبات منها عشرين رسالة بنسبة 47%.
- أغلب الرسائل دجت بين نوعي الإحصاء الوصفي والإستدلالي نسبة 57% يليها الرسائل التي إستخدمت الإحصاء الوصفي بنسبة 6%.
- جميع الرسائل في موضع التحليل لم تتبنى معايير عالمية أو محلية.
- دجت رسالتان بين التعليم الإلكتروني المتزامن وغير متزامن بنسبة 25%، ولم تحدد بقيمة الرسائل نوع أداة التعليم الإلكتروني المعتمد على الأنترنت.
- إستخدمت أربع رسائل المقررات المعتمدة على الأنترنت بنسبة 50% ولا توجد أداة في باقي الرسائل بالنسبة 50%.
- حدود الإستفادة من الدراسة تتمثل في:
- لقد أفادتنا هذه الدراسة من ناحية الجانب النظري لدراستنا.

دراسة إبراهيم محمد عبد الله عسيرني وعبد الله الحيا، بعنوان "التعلم الذاتي وتطبيقاته عبر شبكة الأنترنت في الدول الأعضاء بمكتب التربية العربي"<sup>1</sup>:

حيث تم طرح الإشكالية التالية:

- ما مستوى التعلم الذاتي وتطبيقاته عبر شبكة الأنترنت في الدول الأعضاء بمكتب التربية العربي لدول الخليج؟ وللإجابة على الإشكالية تم طرح التساؤلات الفرعية الآتية:

- ما مستوى الأدوات الأساسية Basic Tools التي يعتمد عليها التعلم الذاتي وتطبيقاته عبر الأنترنت في الدول الأعضاء بمكتب التربية العربي لدول الخليج؟

- ما مستوى المحتوى Content التعليمي في التعلم الذاتي عبر شبكة الأنترنت في الدول الأعضاء بمكتب التربية العربي لدول الخليج؟

- ما مستوى توظيف الأدوات التربوية المعتمدة على الأنترنت Based Tools Web Pedagogy في التعلم الذاتي وتطبيقاته في الدول الأعضاء بمكتب التربية العربي لدول الخليج؟

أما بالنسبة لهدف الدراسة فهو يتمثل في التعرف على تجارب بعض الدول الأعضاء بمكتب التربية العربي لدول الخليج، في تطوير استراتيجيات التعلم الذاتي التي تم تطبيقها على دول الإمارات ومملكة البحرين ودولة الكويت والمملكة العربية السعودية ودولة قطر.

أما بالنسبة لنوع الدراسة هي دراسة ميدانية اعتمد فيها الباحثين على الإستبيان على عينة متكونة من 639 في موقع تعليمي تمثل دول الأعضاء.

وتوصلت هذه الدراسة الى النتائج التالية:

- تدني مستوى الأدوات الأساسية التي يعتمد عليها التعلم الذاتي وتطبيقاته عبر شبكة الأنترنت في التقنية بينما حصل تصميم الواجهة والنضج على قيم متوسطة.

- تدني مستوى المحتوى التعليمي الذي يعتمد عليه التعلم الذاتي وتطبيقاته عبر شبكة الأنترنت يضاف الى ذلك عدم توافر المحتوى في صيغة إلكترونية على شكل وحدات تعليمية.

- تدني مستوى التوافر الأدوات التربوية المعتمدة على الأنترنت وهي أدوات الإتصال غير إلزامي، ودعم المصادر وإدارة نظام التعلم والتي تعد محور الارتكاز في تنظيم وتسيير التعلم المعتمد على الأنترنت على عينة الدراسة.

- تدني مستوى أنشطة التعلم الذاتي وتطبيقاته عبر شبكة الأنترنت والتي إشتملت استراتيجيات ودعم المتعلم وتعزيز والدافعية والتنظيم والتوجيه لدى عينة الدراسة.
- إرتفاع مستوى الآداب المهنية في التعلم الذاتي وتطبيقاته المعتمد على الأنترنت<sup>1</sup>.  
حدود الإستفادة من هذه الدراسة تتمثل في:
- الإستعانة بهذه الدراسة لأنها تشابه نوعا ما دراستنا من ناحية تناولها لموضوع التعلم الذاتي.
- إستفادة من ناحية الجانب النظري.

---

<sup>1</sup> إبراهيم محمد عبد الله عسيري، عبد الله المحيا، التعلم الذاتي وتطبيقاته عبر شبكة الأنترنت في الدول الأعضاء بمكتبة الترتبة العربي لدول الخليج، متاح على الرابط: [www.mohyssin.com](http://www.mohyssin.com) تاريخ الزيارة: 2022-04-30، التوقيت 10:00.

## الفصل الثاني

### ماهية التسويق التعليمي الإلكتروني

تمهيد

المبحث الأول: التسويق الإلكتروني

1. خصائص التسويق الإلكتروني
2. أنواع التسويق الإلكتروني
3. طرق التسويق الإلكتروني
4. تحديات التسويق الإلكتروني

المبحث الثاني: التسويق التعليمي الإلكتروني

1. أهداف التسويق التعليمي الإلكتروني
2. كيفية إعداد الدورات التدريبية في التسويق التعليمي.
3. استخدام شبكات التواصل الاجتماعي في التعليم الإلكتروني
4. فاعلية التسويق الإلكتروني في تعليم اللغات
5. الإستراتيجيات الناجحة في التسويق التعليمي الإلكتروني

خلاصة

**تمهيد**

يعتبر التسويق الإلكتروني حقلاً من حقول المعرفة التسويقية الحديثة التي حظيت بإهتمام كبير من جانب الباحثين والكتاب، حيث تتمثل إستراتيجيته في تقديم الخدمات الإلكترونية، عن طريق الشبكة الدولية للإنترنت كقناة إتصال تسويقية، ومن بين أنماط المتطورة نجد التسويق التعليمي الإلكتروني وذلك نظراً لما يقدمه من فوائد ومزايا عديدة للمتدرب أو المتعلم، وما يحدثه من تقليل الأعباء التي تقع على كاهل المعلم، وذلك محاولة لتوفير مناخ فعال يساعد على رفع الكفاءة العلمية التعليمية وتحقيق الجودة الشاملة وإخراجها بصورة جيدة.



## المبحث الأول: التسويق الإلكتروني

## 1. خصائص التسويق الإلكتروني:

يتميز التسويق الإلكتروني بخصائص أهمها:<sup>1</sup>

أ. خدمة واسعة: يتميز التسويق الإلكتروني بأنه يقدم خدمة واسعة ويمكن للعملاء، المتعاملين مع الموقع التسويقي التعامل معه في أي وقت دون أن تعرف الشركة صاحبة الموقع من قرأ رسالتها الإلكترونية إلا إذا اتصل العميل بما كما لا يمكنها مراقبة الزائرين لموقعها.

ب. عالمية التسويق الإلكتروني: إن الوسائل المستخدمة في التسويق الإلكتروني لا تعرف حدود جغرافية بحيث يمكن التسوق من أي مكان يتواجد فيه العميل من خلال حاسبه الشخصي على الموقع المتخصص للشركة، مع وجود محذور من عدم تبلور القوانين التي تحكم التجارة الإلكترونية، وخصوصا ما يتعلق منها بأمان الصفقات الإلكترونية.

ت. سرعة تغيير المفاهيم: يتميز التسويق الإلكتروني بسرعة تغيير المفاهيم وما يغطيه من أنشطة وما يحكمه من قواعد، ذلك أن تجارة الاللكترونية مرتبطة بوسائل تقنيات الاتصال الإلكتروني وتقنيات المعلومات التي تتغير وتتطور بشكل مشاريع لذلك فإن الترتيبات القانونية التي تخضع لها قابلة التغيير السريع بشكل متوافق مع تطورات النقابات والاتصالات والمعلومات.

ث. أهمية الإعلان الدولي: يجب استخدام عنصر الإثارة وانتباه المستخدم للرسائل إلكترونية كما هو الحال في الإعلانات التلفزيونية الإلكترونية نظرا لتعدد الشركات التي تطرح رسالتها الإلكترونية.

ج. الخداع والشركات الوهمية: تزداد أهمية الحذر من التسويق غير الصادق الذي لا يحمل مضمونا حقيقيا لأنه من السهل نشر هذه المعلومات عن الشركة عبر الأنترنت وأن أحد الزبائن مضمونا حقيقيا لأنه من السهل نشر هذه المعلومات عن الشركة عبر الأنترنت وأن أحد الزبائن قد يتعرض لخداع من هذه الشركة الوهمية أو غير الملتزمة مثل: التعامل ببطاقة إنتماء مسروقة أو تقديم ضمانات خدمات ما بعد التصنيع دون الإلتزام بالتنفيذ الفعلي أو عن طريقا إدعاء صفة المصرف لتجميع الأموال وتقديم إغراءات بالحصول على عوائد مجزية وغير ذلك من أساليب ذلك أن مسألة تسديد مبالغ الشراء للسلع والخدمات بواسطة إرسال أرقام البطاقات الإنتمائية عبر الشبكة ما تزال غير آمنة.

ح. تضيق المسافة بين الشركات: تسويق إلكتروني يصيف المسافات بين الشركات العملاقة والصغيرة من حيث الإنتاج والتوزيع والكفاءات البشرية بحيث يمكن للشركات الصغيرة الوصول عبر الأنترنت الى السوق الدولية

<sup>1</sup> أحمد صالح ناصر، علي الزغيبي، المرجع السابق، ص38.

بدون أن تكون لها البنية التحتية للشركات الضخمة المتعددة الجنسية وجعلها تقف على قدم المساواة مع هذه الشركات في المنافسة وذلك يعود الى إستخدام نفس الأسلوب في تنفيذ عمليات البيع والشراء وتقديم مختلف أنواع الخدمات الالكترونية، كما في حالة توزيع الموسيقى والأقراص الليزرية وأفلام الفيديو وبرامج الكمبيوتر وغيرها.

خ. تقبل وسائل الترويج عبر الشبكة: مع الطبيعة الدولية للتسويق، الإلكتروني، تلعب الاختلافات الحضارية والحاسبات الثقافية دورا مهما في ذلك، وخصوصا بالنسبة للطرق المتبعة بالترويج بحيث يمكن لأمة ما أن تقبل الوسائل الترويجية الإلكترونية وتتوافق مع عقليتها الثقافية وأخرى تنبدها وتتخذ منها موقف معادي.

د. غياب المستندات الورقية: في التسويق الإلكتروني تنفذ الصفقات إلكترونيا دون حاجة لإستخدام الورق وخصوصا المنتجات التي تقبل التقييم وذلك عملية التفاوض حتى تسليم البضاعة حتى قبض الثمن، وهذا ما أثار مسألة إثبات العقود وصحة التوقيع الرقمية، الأمر الذي دعا المنظمات الدولية لوضع إطار قانوني خاص بالتجارة الإلكترونية والتوقيع وتسديد القيمة إلكترونيا.

ذ. أفضل موقع الويب هي الأكثر إثارة للاهتمام: ويتم تحديث هذه المواقع لإبقاء معلوماتها جديدة وبالتالي تحت الأخرين على العودة لزيارتها مرة أخرى.

ر. ما زالت مسألة تسديد مبالغ شراء المنتجات والخدمات عبر الأنترنت: غير آمنة حيث أنه من غير الأمن لا يمكن إرسال أرقام بطاقات الإنتماء المصرفية غير الشبكات الحاسوبية الرقمية بسبب المخاوف الناجمة عن إمكانية إعتراضها وسرقتها.

## 2. أنواع التسويق الإلكتروني:

يرى بعض الخبراء في التسويق بأنه يمكن تصنيف التسويق الذي تمارسه المؤسسة إلى<sup>1</sup>:

### 1.2. التسويق الخارجي:

يرتبط بوظائف التسويق التقليدي كتصميم وتنفيذ التسويق كالمنتج والسعر والتوزيع والترويج.

### 2.2. التسويق الداخلي:

يتضمن العاملين داخل المنظمة حيث أنه يجب على المنظمة أن تتبع سياسات فعالة لتدريب وتحضير العاملين لديها للاتصال الجيد بالعملاء ودعم العاملين للعمل كفريق يسعى لإرضاء حاجات ورغبات العملاء.

<sup>1</sup> رائد محمد عبد رابه، التسويق الإلكتروني، دار الجنادرية للنشر والتوزيع، عمان، (د، ط)، 2013، ص، ص9، 10.

### 3.2. التسويق التفاعلي:

هو مرتبط بفكرة أن جودة خدمات والسلع المقدمة للعملاء تعتمد بشكل أساسي ومكثف على جودة التفاعل والعلاقة بين البائع والمشتري.

وهناك أنواع أخرى لتسويق الإلكتروني نذكر منها:<sup>1</sup>

#### أ. التسويق الإلكتروني بين المنشآت:

هو التسويق الذي يركز على الوسائل الإلكترونية والذي يحقق علاقة ترابط المنشآت وبعضها البعض بما يعظم منافع هذه المنشآت.

#### ب. التسويق الإلكتروني الموجه المستهلك نهائي:

هو التسويق الذي يركز على الوسائل الإلكترونية ويكون الهدف منها هو المستهلك.

#### ت. التسويق الإلكتروني المزدوج:

هو تسويق يتم بواسطة الوسائل الإلكترونية والذي يحقق أهداف تسويق الإلكتروني الموجه للمستهلك وكذلك أهداف التسويق الإلكتروني للمنشآت.

#### ث. التسويق الإلكتروني الحكومي:

هذا النوع من التسويق الذي يستخدم الوسائل الإلكترونية لتحقيق خدمات سواء لمنشآت الأعمال أو الأفراد أو أجهزة الحكومية فيما بينها، وبعضها البعض مما يعود بالنفع على جميع من توفر وقت وجهد وإجراءات روتينية.

### 3. طرق التسويق الإلكتروني:

يتم التسويق الإلكتروني بواسطة مجموعة من الطرق وهي:<sup>2</sup>

- طريقة محركات البحث.
- طريقة الإعلانات.
- طريقة الرسائل الإلكترونية.

<sup>1</sup> محمد محمود الخالدي، التكنولوجيا الإلكترونية، دار الكنوز المعرفة، عمان، ط1، 2006، ص، ص201، 200.

<sup>2</sup> عبد المطلب عامر سامح، علاء محمد سيد قنديل، التسويق الإلكتروني، دار الفكر، عمان، ط1، 2012، ص، ص205، 206.

- البرامج الفرعية.

مع مراعاة الآتي:

- من الممكن استخدام طريقة أو أكثر في عملية التسويق للمنتج.
- التكلفة المقدر (الميزانية) لعملية التسويق لأن بعض هذه الطرق غير مجانية.
- القدرات الشخصية للقائم بعملية التسويق من خلال قدرته في التعامل مع التقنيات الحديثة.

### 1.3. طريقة محركات البحث:

من الصعب تجاهل هذه الطريقة من طرق التسويق الإلكتروني للأسباب الآتية:

- معظم محركات البحث مثل: Yahoo, Google مجانية.
- تقوم هذه المحركات بوضع موقعك ضمن الفهرس الخاص بها.
- الشهرة التي تتمتع بها هذه المحركات على شبكة الأنترنت.
- تحقيق الهدف المرجو من التسويق الإلكتروني لأنها تعتبر مصدر مهما لزيادة عدد رواد المواقع ومحركات بحث هذه هي نوع خاص من المواقع ثم إعدادها لتساعدك في العثور على المعلومات التي تم تخزينها في مواقع مختلفة على شبكة الأنترنت.

ولمحركات البحث هذه ثلاث مهام رئيسية:

- الدخول إلى المواقع الموجودة على شبكة الأنترنت وتجميع أكبر قدر ممكن من البيانات عن هذه المواقع ومحتوياتها.
- تحليل البيانات التي تم الحصول عليها وفهرستها وتخزينها.
- تقديم المعلومات التي تم تخزينها إلى الباحثين عنها على شبكة.

### 2.3. طريقة الإعلانات:

الأشرطة الإعلانية هي الوسيلة التي تحتل المرتبة الأولى في الترويج للمنتجات على الأنترنت وتعتبر عليها الكثيرون باستمرار وهي أكثر أنواع الإعلانات إتشارا وبراها الكثير من مستخدمي الأنترنت على web ولكن هناك الكثير من الانتقادات الموجهة إلى الأشرطة ومنها:

- بعض خبراء التسويق يرون أنها وسيلة غير فعالة.
- كثرتها جعلت كثير من مستخدمي الويب لا يتوقفون عند ملاحظتها.

وهناك العديد من أنواع الأشرطة الإعلانية المتمثلة في:

- تنسيقات GIF الثابتة (الإعلانات الثابتة): وهي عبارة عن صورة واحدة لا تتغير حيث أن هذه الإعلانات تستخدم بشكل كبير وفاعلية أكثر.
  - الإعلانات المرسومة أي المتحركة: وتتميز بأنها ذات أحجام ملفات أكبر من الإعلانات الثابتة ومن مميزات الموضوعية وخلق الإثارة وجذب الانتباه وعرض العديد من الصور.
  - الوسائط الفنية: بإستخدام هذه الوسائط من الممكن إنشاء نوع من منشئات أكثر تعقيدا وأكثر سلاسة ومن الممكن توصيل نوع من الإثارة بواسطة هذه الوسيلة.
- 3.3. استخدام البريد الإلكتروني وشبكات الويب:

يمثل البريد الإلكتروني واحدا من أهم أدوات التسويق الإلكتروني، حيث يقوم المسوقون بتصميم رسائل إلكترونية تتصف بالثراء من حيث الحركة والتفاعلية ومراعاة للنواحي الشخصية لمستقبلها. ويمكن القول بأن البريد الإلكتروني قد أصبح أحد الدعائم والركائز التي تعتمد عليها المسوقون في كل المعاملات التي تتم من المنظمة الى المستهلك. وتستطيع استعراف بعض مزايا القوائم البريد الإلكتروني فيما يلي:

- حجم معلومات كبير يتم إرساله.
- سهولة نقل هذه المعلومات.
- وصول الرسالة الإلكترونية إلى الأخرين تدفعهم إلى البحث عنها على الويب.
- السيطرة الجيدة على مساحة الموضوع.
- إنشاء مجتمع على الأنترنت.

#### 4.3. البرامج الفرعية كأحد طرق التسويق الإلكتروني:<sup>1</sup>

عند القيام بإجراء عمليات شرائية على الأنترنت فإنك في الغالب تلجأ إلى إستخدام أحد أليات البحث لتجد البائع المناسب، ولذلك فإن كنت تهدف إلى لفت انتباه عدد كبير من التسويق عبر الأنترنت فمن الضروري التأكيد أن موقعك يحتوي على أليات بحث رئيسية جيدة ويتم ذلك من خلال.

- أدلة الويب

<sup>1</sup> يوسف أحمد أبو فارة، التسويق الإلكتروني، "عناصر المزيج التسويق عبر الأنترنت، دار وائل للطباعة والنشر، (د.ط.)، 2012، ص 87.

– عملية التسجيل.

حيث تعرف أدلة الويب على أنها: عبارة عن الروابط الخاصة بمواقع الدخول التي تقوم بحرص إرتباطات هذه المواقع مع المواقع الأخرى.

وبالنسبة للتسويق الإلكتروني وعملية التسجيل فيكون من خلال أدلة الويب واليات البحث هي جزء رئيسي، من الصفقات الإلكترونية وبالتالي فإن عدم ظهور موقفك ضمن النتائج الخاصة بالإستعلامات على مواقع الدخول الرئيسية.

#### 4. تحديات التسويق الإلكتروني:

بقدر ما يوفر التسويق الإلكتروني من فرص كبيرة ومتنوعة في ظل الإتجاه نحو العولمة والتحول في الإقتصاد الرقمي إلا أنه يواجه بعض التحديات والصعوبات التي تحد من إستخدامه والإستفادة منه، ويمكن تحديد أهم هذه التحديات فيما يلي:<sup>1</sup>

- تعد اللغة والثقافة من أهم التحديات التي تعرف التفاعل بين كثير من العملاء والعديد من مواقع إلكترونية، بالإضافة إلى ضرورة مراعاة العوائق الثقافية والعادات والتقاليد والقيم، بحيث لا تكون عائقا نحو إستخدام المواقع التجارية.
- يحتاج التسويق الإلكتروني إلى إدارة جيدة وخطط واضحة، لمواجهة التغير المستمر في حركة الأسواق، سواء أكانت محلية أو عالمية.
- السرية والخصوصية هما أيضا من العوائق التي تواجه العاملين في هذا المجال، حيث تؤثر في تقبل بعض العملاء لفكرة التسويق عبر الأنترنت بشموليتها، خاصة أن عملية تبادل الإلكتروني تحتاج إلى الحصول على بعض البيانات من العملاء، الإسم، والنوع والجنسية، العنوان، طريقة السداد وغيرها، لذا فهناك ضرورة لإستخدام برمجيات للحفاظ على سرية وخصوصية التعاملات التجارية الإلكترونية، إضافة الى تقنين أليات لتأمين عمليات الدفع الإلكتروني التي تتم عبر الأنترنت.
- تطوير الأنظمة التجارية لتسهيل عمليات التسويق الإلكتروني، ووضع التشريعات والقوانين، لتنظيم عمليات التسويق الإلكتروني.

وهناك تحديات خاصة بالدول النامية من أهمها:<sup>2</sup>

<sup>1</sup> خالد بطي الشمري، مروة شبل عجيزة، التسويق الإلكتروني في العالم العربي، دار النشر للجامعات، (د م)، ط1، 2012، ص، ص26، 27.

<sup>2</sup> أحمد صالح ناصر، المرجع السابق، ص50.

- غياب البنية التحتية الضرورية لهذا النوع من التجارة الحديثة.
  - عدم وضوح الرؤية المستقبلية للتسويق الإلكتروني لدى مدراء شركات.
  - عدم تقبل عملاء لفكرة شراء عبر الأنترنت لإحساسهم بالمخاطر المتعلقة بجودة سلع ورغبتهم في فحصها قبل الشراء.
  - عدم توفر جهاز الكمبيوتر لدى نسبة كبيرة من الموظفين في الدول نامية.
  - بطء شبكة الأنترنت وصعوبة التنقل عبر المواقع الإلكترونية في بعض دول نامية.
- وهناك من الكتاب من أشار الى أن ثمة عقبات تحد من نجاح عملية التسويق الإلكتروني تتمثل فيما يلي:
- أ. اللغة والثقافة.
  - ب. الإدارة الجيدة: يحتاج التسويق الإلكتروني الى إدارة جيدة وخطط واضحة لمواجهة التغيير المستمر في حركة السوق المحلي أو العالمي، ولا يمكن التسويق الإلكتروني أن ينجح إن لم تتوفر المختصون في هذا المجال.
  - ت. السرية والخصوصية.
  - ث. القوانين والتشريعات: وهي ضرورية لتنظيم عمليات التسويق الإلكتروني وحماية حقوق الملكية والنشر على شبكة الأنترنت فضلا عن تطوير الأنظمة المالية والإلكترونية لتسهيل عمليات التسويق الإلكتروني.

### المبحث الثاني: التسويق التعليمي الإلكتروني

بعد ظهور التسويق التعليمي الإلكتروني وانتشار تطبيقاته المختلفة ظهر ليسهل و يساعد في عملية التعلم ، كذلك ليبين مدى أهمية التسويق التعليمي الإلكتروني و ضرورة تواجده لمواكبة التطور وأحدث أساليب التعلم.

#### 1. أهداف التسويق التعليمي الإلكتروني:

- تحسين المدخلات.
- تحسين الجودة التعليمية.
- تنمية المهارات.
- تحقيق رضا العملاء (المستفيدين من الخدمة التعليمية الإلكترونية).
- تنمية الإتجاه الإيجابي نحو تقنية المعلومات.
- محاكاة المشكلات والأوضاع الحياتية الواقعية داخل البيئية.
- التغلب على نقص الكادر التدريسي من خلال توفير دورات تدريسية وتعليمية.
- تعويض نقص خبرة بعض المعلمين من خلال مساعدتهم في إعداد المواد التعليمية للطلاب.
- تقديم بيئة غنية بالمصادر تثير محاور العملية التعليمية.
- المساعدة على تثقيف المجتمع إلكترونيا ومسايرة المستجدات العالمية<sup>1</sup>.
- تنمية مهارات الطلاب وإعدادهم إعدادا جيدا يتناسب مع المتطلبات المستقبلية بإستخدام تقنية المعلومات في التعليم والاستفادة منها<sup>2</sup>.
- تزويد المتعلم بمهارات التعلم الذاتي.
- توفير للمتدربين كل ما يحتاجونه من معلومات<sup>3</sup>.

<sup>1</sup> طارق عبد الرؤوف عامر، المرجع السابق ، ص، ص23، 30.

<sup>2</sup> طارق عبد الرؤوف ، المرجع السابق، ص31.

<sup>3</sup> هند سليمان الخليفة، توظيف تقنيات الويب 20 في خدمة التعليم التدريب الإلكتروني، جامعة ساهميتون ، المملكة المتحدة، ص4، متاحة على

الرابط: [www.kenana online.com](http://www.kenana online.com) تاريخ الزيارة ،: 2022\_04\_30 توقيت الزيارة 10:00.



2. كيفية إعداد الدورات التدريبية:

1.2. عنوان الدورة:

حيث يجب أن يتم إختيار عنوان مميز يكون من إحتياجات المتدربين بحيث أن يكون جذابا، كما يجب أن يتم تحديد نوع التدريب والهدف العام منه.

2.2. المستهدفون:

وهو الأشخاص الذين يستهدفهم المدربون بعد إنتهاء الدورة، بحيث يطبقوا ما تعلموه في هذه الدورة.

3.2. صياغة الأهداف التدريبية:

وهي مجموعة أهداف التي من المتوقع أن يكون المتدرب قادرا على التعامل مع كافة المستجدات في مجال الدورات التعليمية التي تعلمها.

4.2. الإطار الزمني:

يجب أن يتم وضع إطار زمني لكل دورة بحيث يراعي وقت الدورات التدريبية، الظروف المهنية والحياتية للمتدربين.

5.2. الوسيلة:

يجب على المدرب أو المعلم إختيار الوسيلة الاتصالية المناسبة والتطبيق الأسهل والأقل تكلفة مثل شبكات التواصل الاجتماعي (فيسبوك، اليوتيوب، الأنستغرام، الإيميل، سكايب، زووم)<sup>1</sup>.

3. إستخدام شبكات التواصل الاجتماعي في التعليم:

- يمكن للمتدرب أن ينشئ صفحة على أي موقع يشترك فيها الخبراء ويشارك فيها المدربون المهتمون بهذه الدورات ويقوم بأخذ آرائهم، مما يساعده على تحديد المحتوى وصياغة الأهداف المقررة.
- إجراء المناقشات التفاعلية حول الدورات التدريبية التعليمية.
- تقسيم المتدربون الى مجموعات في حالة وجود عدد كبير.
- وجود دورات تتطلب الدفع ودورات مجانية.
- سرعة التفاعل والحصول على المعلومة.

<sup>1</sup>متاحة على الرابط : www.bts-academy.com ، تاريخ الزيارة : 20\_04\_2022، توقيت الزيارة : 14:29.

أخذ الشهادات المعترف بها دولياً وعالمياً<sup>1</sup>.

#### 4. فاعلية التسويق الإلكتروني في تعليم اللغات:

- تحسين الجودة التعليمية.
- التعويض في نقص الكوادر الأكاديمية والتدريسية في الجامعات والمدارس.
- تطوير فلسفة وأساليب النظم التعليم التقليدي للغات.
- إتاحة فرص تعلم اللغات الأجنبية لشرائح أكبر من المتعلمين.
- تعليم اللغات الأجنبية بطرق أكثر ذكاء وفاعلية.
- تحويل الدرس من نمطية الإلقاء الجاف لي ميدان يتشارك فيه المتعلمون الأفكار والآراء<sup>2</sup>.

#### 5. الإستراتيجيات الناجحة في التسويق التعليمي الإلكتروني:

##### 1.5. إستراتيجية التسويق بالطرق التقليدية:

رغم أن التسويق الرقمي إحتل المساحة الكبيرة في الفترة الأخيرة، إلا أن التسويق بالطرق التقليدية ما زال له تأثير خاصة في التسويق التعليمي.

التسويق التعليمي أصحاب القرار فيه أغلبهم من الفئة التي تتأثر بالطرق التسويقية التقليدية، أولياء الأمور وأصحاب الأعمال، مثل الإعلان في التلفاز أو عبر الراديو، المعلقات في الشوارع الكبيرة.

التواصل بالهاتف مع أولياء الأمور إلى آخره من الطرق، من المهم جدا أن يكون هناك تكامل بين الطريقة التقليدية والرقمية.

##### 2.5. إستراتيجية التسويق بالمحتوى:

التسويق بالمحتوى يكون من خلال موقع إلكتروني خاص بالمؤسسة التعليمية من الضروري أن تكون المعلومات الأساسية مثل الخطة التعليمية والمنهجية واضحة نظام دردشة عبر الأنترنت للرد على الأسئلة في الوقت، قسم الأسئلة الشائعة مع معلومات كاملة وشفافة مدونة لإعلام الطلاب والأسر بنموذج التعلم وكيف يحقق القيمة.

<sup>1</sup> بشري فيصل العربي، شبكات التواصل الاجتماعي ودورها في العملية التعليمية، بحث مقدم لملتقى شركات التواصل الاجتماعي، جامعة الامام عبد الرحمان بن فيصل، المملكة العربية السعودية، ص4، متاحة على الرابط: [www.shmssa.com](http://www.shmssa.com)، تاريخ الزيارة: 12\_05\_2022، توقيت الزيارة: 13:00،

<sup>2</sup> فريحات عبيد عبيس، استراتيجيات التعلم النموذجية والإلكترونية، دار الأيام، عمان (د، ط)، ص64.

ويجب أن يتضمن أيضا مواضيع ذات أهمية ومواضيع كذلك حول أنظمة التدريس عبر الأنترنت أو المختلطة التي تسمح للمتعلم بمواصلة تعليمهم في أي ظرف من الظروف، وكذلك مكتبة رقمية لتقديم مواد تعليمية يمكن الوصول إليها في أي مكان وزمان.

فالتسويق بالمحتوى مهم يجب أن يتواجد على مواقع التواصل الاجتماعي والأفضل التركيز على المواقع التي يتواجد فيها جمهورك ويمكن الحصول على هذه الاحصائيات من العديد من المواقع مثل موقع hootsuite، وكذلك يمكن حتى العمل على قناة اليوتيوب ونشر فيديوهات تعليمية.

### 3.5. إستراتيجية التسويق بالاعلانات المدفوعة:

الإعلانات المدفوعة على محركات البحث Google ads ومواقع التواصل الاجتماعي Facebook ads و Snap ads طريقة فعالة للوصول الى الجمهور المحدد بدقة وفي فترة زمنية معينة، استراتيجية فعالة للمدى لكن الإعلانات الممولة تكون للمدى القصير، لكن توصل خدمات المؤسسة التعليمية للجمهور المحدد في تلك الفترة خاصة إذا كان الاستهداف صحيح ومتقن.

### 4.5. إستراتيجية التسويق بالبريد الإلكتروني:

البريد الإلكتروني الجزء المهم في العديد من المنظمات والمؤسسات التعليمية وغيرها، في التسويق التعليمي هو أداة سحرية لأن أغلب التسجيلات تكون بالبريد الإلكتروني وكذلك أغلب الإتصالات الرسمية والغير رسمية.

### 5.5. إستراتيجية التسويق بالورشات التعليمية:

الورشات التعليمية الوجيهة أو الرقمية من الاستراتيجيات المميزة في التسويق التعليمي، ويمكن أن تكون الورشة قصيرة أو لأيام يتم من خلالها تقديم أساسيات دورة أو برنامج تدريبي تعلم الجمهور ويشعر أنه حصل على شيء مجاني وفي شيء الوقت تتنابه الرغبة لمواصلة التعلم عادة في هذه الإستراتيجية يتم تقديم المعلومات العامة ونهاية الورشة يتم العرض على المشاركين بالإنضمام إلى البرنامج الكامل مع تقديم تخصص إضافي على المبلغ الإجمالي للبرنامج، وتكون هذه استراتيجية ناجحة.

### 6.5. إستراتيجية التسويق بالتنوع في البرامج ولغات التدريس:

الإستراتيجية هذه توسع دائرة الجمهور المستهدف كلما كانت البرامج متنوعة كلما زاد عدد الطلاب المستقطبين والأساتذة كذلك، نفس الأمر بالنسبة للغات التدريس.

## 7.5. إستراتيجية التسويق بالتعاون مع وكلاء:

الوكلاء هم منظمات أو مكاتب إستشارية أو أشخاص معروفين في مجال معين ولديهم قاعدة جماهير خاصة لهن تقوم المؤسسة التعليمية بالتعاقد معهم بإتفاق بتقديم مقاعد دراسية محددة بخصم معين للأشخاص القادمين من طرقهم مقابل نسبة معينة أو مصالح أخرى حسب حاجه الطرفين، هذه الإستراتيجية تكثف الجهود التسويقية وكل وكيل سيدل التسويق للمقاعد المقدمة له بطريقة وعلى حسابه هو، وبهذا تكون مؤسسة التعليمية ربحت تسويق إضافي لخدماتها<sup>1</sup>.

<sup>1</sup> ماهية التسويق التعليمي، متاحة على الرابط: [www.molhem.com](http://www.molhem.com) تاريخ الزيارة: 24-04-2022، توقيت الزيارة 12:00.

## خلاصة

في ضوء ما سبق نستنتج أن التسويق الإلكتروني ضرورة لا غنى عنها لأي تنظيم أو مؤسسة أو غيرها، وذلك لدوره الكبير في كافة العمليات والسياسات والخطط التي ترسخها المؤسسة أو التنظيم من أجل تحقيق أهدافها في مختلف القطاعات، حيث يعتبر مجال التعليم من أكثر الأنظمة تأثيراً به والذي أصبح يعتمد بصفة أساسية على التسويق التعليمي والدورات التدريبية، والذي حقق نقلة نوعاً ما في طرق تقديم التعليم حيث قصى على العديد من سلبيات التي تعاني منها المنظومة التعليمية التقليدية، وهذا ما إستنتجناه في هذا الفصل عن التسويق التعليمي الإلكتروني.

# الفصل الثالث

## التعلم الذاتي

تمهيد

1. خصائص التعلم الذاتي
2. أهداف التعلم الذاتي
3. مبادئ التعلم الذاتي
4. أنماط التعلم الذاتي
5. أساليب التعلم الذاتي
6. المقارنة بين التعلم التقليدي والتعلم الذاتي
7. نظريات التعلم الذاتي
8. أدوات التعلم الذاتي الحديثة

خلاصة

### تمهيد

يشهد العالم حاليا تطورات مست شتى مجالات الحياة، وتفرض طبيعة هذا التطور والتدفق المعرفي والتكنولوجي على التعلم وفق متطلبات جديدة، تهدف إلى تعليم الفرد كيف يعلم نفسه بنفسه تحقيقا لمبدأ التعلم المستمر والتعلم مدى الحياة، ويعد التعلم الذاتي أحد المحاور المهمة لإستيعاب هذه التطورات السريعة، وسوف يتناول هذا الفصل عرضا حول أساليب التعلم الذاتي والمبادئ والأسس التي يرتكز عليها.



## 1. خصائص التعلم الذاتي:

يتميز التسويق الإلكتروني بمجموعة من الخصائص أهمها:<sup>1</sup>

- مراعاة الفروق الفردية بين المتعلمين من حيث قدراتهم على التعلم واهتماماتهم ودافعيتهم التعلم ومستوى تحصيلهم وخبراتهم السابقة.
- المتعلم هو من يقرر متى وأين يبدأ ومتى ينتهي، وأي وسائل والبدايل يختار.
- المتعلم هو مسؤول عن تعلمه وعن الناتج التي يحققها والقرارات التي يتخذها.
- في التعلم الذاتي يعتبر حاجات المتعلم ورغباته وقدراته واهتماماته أساسا يقرر في ضوءها طبيعة المنهج الدراسي ومحتواه.

تستند ذاتية التعلم الى 3 مراحل:

- الأولى: أن يتولى المتعلم تحديد الأهداف المنهجية التي يسعى لتحقيقها.
  - الثانية: أن تصمم الأنشطة التعليمية التي تؤدي لتحقيق هذه الأهداف بحيث تتوافق مع حاجة المتعلم وقدراته ورغباته.
  - الثالثة: أن تعتمد سرعة عرض المعلومات المراد تعلمها والمهارات المرجو إتقانها، على قدرات المتعلم ورغباته وأهدافه.
- يعمل التعلم الذاتي على التوافق بين المفاهيم والمهارات المراد تعلمها، وبين حاجة المتعلم لمثل هذه المفاهيم والمهارات بحيث يخضع لقدرات التلميذ ويتغير وفق رغباته.

## 2. أهداف التعليم الذاتي:

يمكن إجمال أهداف التعليم الذاتي في مايلي:<sup>2</sup>

- يهدف التعليم الذاتي الى تحقيق تعلم يؤكد إيجابية المتعلم ونشاطه، ويراعى خصائصه المتميزة.
- يؤكد التعلم الذاتي على توافر خيارات التعلم المتنوعة، والمصادر التي يحتاج إليها كل متعلم حتى يستثمر طاقاته وفق قدراته وإستعداداته ورغباته.
- يركز التعلم الذاتي على فردية المتعلم من الدراسة والتعلم، وعلى إمكانية تعاونه الشخصي مع المجموعة.

<sup>1</sup> أحمد النجدي وعلي، راشد منى، عبد الهادي، سلسلة المراجع في التربية وعلم النفس، كتاب 27، دار الفكر العربي، القاهرة، ط1، 2003، ص220.

<sup>2</sup> عادل سرايا، تكنولوجيا التعليم ومصادر التعلم (مفاهيم نظرية، تطبيقات علمية)، مكتبة الرشد، (د، م)، ط1، 2007، ص37.

- يتيح التعلم الذاتي للفرد المتعلم الفرص لتحمل مسؤولية تعلمه، فيمارس النشاطات المتنوعة، وفق لقدراته وإستعداداته.
- يهدف التعليم الذاتي إلى إكتساب الفرد في مهارات وعادات التعلم المستمر الذي يحمل الفرد مسؤولية متابعة تعلم نفسه بنفسه.
- يقوم التعلم الذاتي على تنظيم الخبرات، والمواد التعليمية على نحو نسمح لكل طالب أو فرد أن ينمو ويتقدم وفقا لقدراته.

### 3. مبادئ التعليم الذاتي:

يقوم التعليم الذاتي على مجموعة من المبادئ والأسس العامة، ويمكن إيجاره فيما يلي:<sup>1</sup>

#### 1.3. مراعاة الفروق الفردية:

أظهرت نتائج العديد من البحوث والدراسات النفسية والتربوية وجود فروق بين المتعلمين في نواح متعددة: كالذكاء والقدرة على التحصيل والفهم والميول، والإتجاهات، والإهتمامات وغيرها من الجوانب العقلية والإنفعالية والجسمية، تدعو هذه الإختلافات القائمين على الأجهزة التربوية إلى ضرورة العمل على تقديم صيغ جديدة لتفريد التعليم، بحيث يتوافر لكل متعلم الفرصة الملائمة لتعليم فعال يتناسب وظروفه وإمكانياته وخصائصه النفسية.

#### 2.3. إتقان المادة التعليمية:

من خصائص التعليم الذاتي التأكيد على المتعلم من أجل الإتقان الذي يؤكد على رفع كفاءة المتعلم والوصول به الى أعلى المستويات، من خلال تحديد معايير واضحة وثابتة لتقويم المتعلمين مع ترك الفرصة لكل متعلم لأن يصل إلى المعيار المحدد لإمكاناته وإستعداداته، وليس وفقا لإمكانات وإستعدادات الجماعة التي ينتمي إليها، ويكون ذلك بتحديد المستوى اللازم للنجاح في صورة نسبة مئوية (80%-90%) من الدرجة الكلية.

#### 3.3. إيجابية وتفاعل المتعلم:

يشجع أسلوب التعلم الذاتي على تحقيق أقصى مشاركة نشطة وإيجابية للمتعلم في العملية التعليمية، وهذا يتيح أفضل تعلم، حيث أنه من مبادئ التعلم الجيد نشاط وإيجابية ومشاركة المتعلم في عملية التعلم.

<sup>1</sup> حسين طه، خالد عمران، أساليب التعلم (الذاتي-الالكتروني-التعاوني) رؤية تربوية معاصرة، دار العلم والایمان للنشر والتوزيع، مصر، (د، ط)، 2009، ص، ص26، 29.

4.3. التوجه الذاتي للمتعلم:

فالتعلم الذاتي يوفر الفرص التي تساعد المتعلم على إتخاذ ما يراه من قرارات نحو إختيار أساليب وطرق تعلمه، كما يسمح له الإختيار من بين الأنشطة والبدائل المتاحة للتعلم بما يتناسب وأهدافه وإمكانياته، فضلا على الإعتماد على الذات والإستقلالية في العمل، ولعل أهم ما يتيحه التعلم الذاتي هو تحديد نقطة البدء في التعلم أي من أين يبدأ، وأي الوسائل أو الأنشطة يختار وبالتالي تساعده على النمو الشامل المتكامل معرفيا ومهاريا ووجدانيا.

5.3. التقويم الذاتي للمتعلم:

في ظل أسلوب التعلم الذاتي يقوم المتعلم بتقويم نفسه بطريقه ذاتية في ظل التعلم الذاتي يتضمن: (إختبارات قبلية- إختبارات تتبعية- إختبارات بعدية أو نهائية) ويستخدم كل نوع من هذه الأنواع لخدمة أهداف تختلف عن الأهداف والأنواع الأخرى إلا أنها تحقق في النهاية فكرة التقويم الذاتي، ذلك أنه بعد إستخدام أي نوع منها يكون على المتعلم إتخاذ قرار بشأن تعلمه، وما يجب أن يفعله بعد معرفته لنتائج أدائه على هذا الإختبار.

4. أنماط التعليم الذاتي:

يعتمد التعلم الذاتي كما ذكرنا سابقا على جهد المتعلم وقدرته بما يوافق إمكانياته وخبراته لذلك نجد أن له نقاط عدة بحيث تتيح فرصة التعليم من هذه الأنماط:<sup>1</sup>

1.4. التعليم الذاتي المبرمج:

يتم بدون مساعدة من المعلم ويقوم المتعلم بنفسه بإكساب قدر من المعارف والمهارات والإتجاهات والقيم التي يحددها البرنامج الذي بين يديه من خلال وسائط وتقنيات التعلم (مواد تعليمية مطبوعة أو مبرمجة على الحاسوب أو على أشرطة صوتية مرئية في موضوع معين أو مادة أو جزء من مادة) وتتيح هذه البرامج الفرصة أمام كل متعلم لأن يسير في دراسته وفقا لسرعته الذاتية مع توافر تغذية راجعة وتقديم التعزيز المناسب لزيادة الدافعية وظهرت أكثر من طريقة لبرمجة المواد الدراسية.

أ. البرمجة الخطية:

ويقوم على تحليل المادة الدراسية الى أجزاء تسمى كل منها إطارا وتتوالى في خط مستقيم وتقدم الأسئلة بحيث يفكر المتعلم ويكتب إجابته ثم ينتقل إلى الإطار التالي حيث يجد الإجابات الصحيحة ثم يتابع وهكذا....

<sup>1</sup>محمود داود الربيعي، التعلم والتعليم في التربية البدنية والرياضية، دار الكتب العلمية، عراق، (د، ط)، 2012، ص، ص64، 67.

ب. البرمجة التفرعية:

وهنا الإطارات تتصل بإطارات فرعية تضم أكثر من فكرة، ويكون السؤال من نمط الاختيار من متعددة والمتعلم يختار الإجابة فإذا كانت صحيحة يأخذ الاطار التالي في التابع الرئيسي وإذا كانت الإجابة غير صحيحة يأخذ الاطار الذي يفسر له الخطأ من بين الإطارات الفرعية ومن ثم يعود الى الإطار الرئيسي ويتابع.

وهناك مأخذ على هذه الطريقة:

- السيطرة اللفظية على المادة التعليمية.

- إلغاء تفاعل فرد مع جماعة.

- تقديم خبرة واحدة وعدم التجديد والابتكار لدى المتعلمين.

2.4. التعليم الذاتي بالحاسب الالى:

يعد الحاسوب مثاليا لتعلم الذاتي، يراعي الفروق الفردية والسرعة الذاتية للمتعلم وتوجد عدة برامج متخصصة لإرشاد المتعلم والإجابة عن أسئلته في ميدان اختصاصه وكذلك برامج الألعاب (معلومات ومهارات عديدة) بمستويات مختلفة فعندما يتقن المستوى الأول ينتقل للمستوى الثاني.

أما النقد الموجه لهذه الطريقة فهو:

- إرتفاع تكلفة الأجهزة والبرامج.

- إغفال الجانب الإنساني.

- التفاعل بين المتعلم والجهاز فقط.

3.4. التعلم الذاتي بالحقائب والرزم التعليمية:

الحقيبة التعليمية برنامج محكم التنظيم يقترح مجموعة من الأنشطة والبدائل التعليمية التي تساعد في تحقيق أهداف محددة على مبادئ التعلم الذاتي الذي يمكن المتعلم من التفاعل مع المادة حسب قدرته بإتباع مسار معين في التعلم ويحتوي هذا البرنامج على مواد تعليمته منظمة ومرتبطة مطبوعة أو مصورة وتحتوي الحقيبة على عدد من العناصر.

4.4. البرامج الوحدات المصغرة:

تتكون هذه البرامج من وحدات محددة ومنظمة بشكل متتابع يترك فيها للمتعلم حرية التقدم والتعلم وفق سرعته الذاتية ولتحقيق هذا الهدف تم تقسيم المحتوى الى وحدات صغيرة لكل وحدة أهدافها السلوكية المحددة ولتحديد نقطة الانطلاق المناسبة للتعلم يتم اختيار اختبارات متعددة وبعد إنجاز تعلم الوحدة يجتاز تقويميا لتحديد مدى الإستعداد للانتقال الى الوحدة التالية وإذا كان الاختيار غير فعال فإنه يعيد تعلم الوحدة مرة أخرى إلى أن يتقنها.

5.4. برامج التربية الموجهة للفرد:<sup>1</sup>

تقسم مناهج كل وحدة في هذه البرامج الى مستويات أربعة (أ-ب-ج-د) وينتقل المتعلم من مستوى إلى آخر بعد إتقان المستوى السابق لكل مادة على حدة وفق سرعته الذاتية وبأسلوب الذي ترغب به ويلائم خصائصه وإمكاناته ويشترك المعلم والمتعلم في تحديد الأهداف والأنشطة والتقييم.

6.4. أسلوب التعلم للاتقان:

ويتم هذا التعلم وفق ثلاث مراحل أساسية هي:

أ. مرحلة الإعداد:

وتتضمن تقسيم المحتوى إلى وحدات صغيرة وذات أهداف سلوكية وإعداد دليل للدراسة مع أكثر من نموذج للاختبارات النهائية وإجراء التقييم التشخيصي والاختبارات القبليّة لتحديد مستوى كل طالب ونقطة البداية في عملية التعلم.

ب. مرحلة التعلم الفعلي:

وتتضمن هذه المرحلة دراسة المادة العلمية لكل وحدة وإستيعابها ولا يتم الإنتقال من وحدة إلى أخرى إلا بعد إتقان الوحدة السابقة.

ت. مرحلة التحقق من اتقان التعلم:

يهدف إلى التأكد من تحقيق كل الأهداف المحددة لكل وحدة دراسية أو للمقرر وبدرجة من الإتقان وتتضمن إجراء التقييم الختامي لكل وحدة دراسية ويتم تصحيح الإختبار فوراً ويعلم المتعلم بنتائج الأداء وإذا اجتاز الإختبار بنجاح ينتقل للوحدة التالية وتتضمن هذه المرحلة إستخدام التعلم العلاجي حيث يقدم للمتعم الذي أخفق في الإختبار النهائي للوحدة إما بإعادة الدراسة للوحدة مرة أخرى أو بتزويد المتعلم بمعلومات بديلة كمشاهدة أفلام تعليمية أو محاضرات معينة تتضمن تقويماً ختامياً لجميع وحدات المقرر فإذا وصل المتعلم إلى المستوى المطلوب ينجح في المقرر أما إذا حصل العكس فإنه يكلف مرة أخرى بإعادة المقرر أو يكلف بأنشطة علاجية.

7.4. مراكز التعليم الصغي:

هي بيئة خاصة بالمتعلم مزودة بأدوات متعددة وأنشطة تعليمية يمكن أن تقام هذه المراكز في غرفة الصف أو خارج الصف ويفضل أن تكون مركز التعليم مغلقاً جزئياً عن طريق وضع فواصل بين كل مقعد كي لا يرى الواحد منهم

<sup>1</sup> سليمان تويج، علي خلف الزهراني، مدخل إلى التعلم النشط، دار الولوثة للنشر والتوزيع، المنصورة، ط1، 2018، ص76.

الأخر وتستخدم هذه المراكز لتقديم معلومات جديدة بشكل فردي أو إجراء تمارين لتعزيز تعلم سابق ويمكن إتخدامها كمركز علاج لمساعدة المتعلمين الذي يحتاجون لتقوية في بعض المجالات.

أ. ركن التعلم:

وهي زاوية في حجرة الصف تضم مجموعة متنوعة من النشاطات والمواد يقوم بها التلاميذ بشكل فردي لخدمة أهداف تعليمية محددة.

ب. مركز الاهتمامات:

يهدف هذا المركز إلى إكتشاف إهتمامات التلاميذ.

### 5. أساليب التعلم الذاتي:

لقد أسفرت الأبحاث والجهود التربوية المنظمة عن ظهور أساليب أو برامج تربوية مختلفة لتحقيق أهداف التعلم الذاتي، وعلى الرغم من وجود بعض الاختلافات بين هذه الأساليب، إلا أنها تنفق على تحقيق تعليم يؤكد على إستقلالية المتعلم وإيجابية منها<sup>1</sup>:

#### 1.5. مفهوم الموديول (الوحدة التعليمية Modules):

هو وحدة تعليمية صغيرة محددة ومتكاملة تعتمد على التعلم الذاتي للوصول إلى نتواتج محددة، ويشمل الموديول على ثلاثة مكونات رئيسية وهي:

أ. مكونات نظام الدخول للموديول وتتضمن:

(صفحة العنوان - مبررات دراسة الموديول - الهدف العام من الموديول - الأهداف الإجرائية للموديول - الاختبار القبلي للموديول).

ب. مكونات صلب الموديول وتتضمن:

(محتوى المادة التعليمية - الأنشطة التعليمية - الوسائل التعليمية - تمارين وإختبارات التقويم الذاتي - تغذية راجعة مضخمة لتلك التمارين والإختبارات)

ت. مكونات نظام الخروج من الموديول وتتضمن:

(الإختبار البعدي للموديول - مفتاح تصحيح الإختبار)

<sup>1</sup> منال محمد كامل حسين، دور التعلم الذاتي في تطوير البرامج التدريبية للمعلم، دار المكتبة العصرية للنشر والتوزيع، (د، م)، ط1، 2007، ص90.

ث. ومن مزايا التعلم بالموديول:

- المشاركة الإيجابية الفعالة والنشطة من جانب المتعلم الذي يختار بنفسه الوسائل التعليمية ويبحث ويناقش ويفسر ويتحمل مسؤولية تعلمه.
- التعزيز المباشر للإستجابة والتغذية الراجعة فعندما يكمل المتعلم معرفة معينة فإنه يعطى إختيار ليجيب عنه ويصححه في نفس الوقت ويعرف نتيجه.
- يؤكد إتقان التعلم، فلا يسمح للمتعلم بالإنتقال من موديول الى أخذ إلا إذا كان قد وصل الى مستوى الإتقان.

### 2.5. مفهوم الحقائق التعليمية:

حيث يعرفها على أنها " حقيية من البلاستيك أو الورق المقوى أو الخشب، تحتوي على مواد وأجهزة تعليمية بسيطة متنوعة (مواد مطبوعة- وسائل سمعية بصرية- مواد خام وأدوات علمية) يمكن بها دراسة مشروع معين، أو وحدة دراسية أو موضوع ما، عن طريق متعلم نفسه، وتكون الحقيية عادة مصحوبة بكتاب أو دليل يرشد المتعلم ويوجهه الى كيفية إستخدام الحقيية".

"ويضيف ما بين ذلك" وبذلك تمثل الحقيية التعليمية برنامجا تعليميا ذاتيا تتكامل عناصره مع بعضها البعض، وتتفاعل بشكل وظيفي لتحقيق أهداف تعليمية.

### 3.5. التعلم بإستخدام التعلم المبرمج:

"هو أسلوب من أساليب التعلم الذاتي، يتعلم فيه التلميذ أو المتعلم وفق سرعته الشخصية عن طريق تفاعله مع برنامج يقدم له المعلومات في كتاب مبرمج أو آلة تعليمية، ويقوم البرنامج بدور الموجه نحو أهداف معينة من خلال خبرات تتطلب إستخدامات معينة عن أسئلة متنوعة، وتزداد دوافع التلميذ من خلال عملية تدعيم مستمرة التي تحقق له تغذية راجعة من خلال معرفته الفورية لنتائج إستجابته"<sup>1</sup>.

### 6. المقارنة بين التعلم التقليدي والتعلم الذاتي<sup>2</sup>:

التعليم الذاتي	التعليم التقليدي	مجال المقارنة
محور فعال في التعليم	متلق سلمي	1-التعلم
يشجع الابتكار والابداع	ملقن	2-المعلم
متنوعة تناسب الفروق الفردية	واحدة لكل المتعلمين	3-الطرائق

<sup>1</sup>أحمد النجدي وعلي، راشد منى عبد الهادي، المرجع السابق، ص228.

<sup>2</sup>كريم محمد بدير، التعلم النشط، دار المسيرة للنشر والتوزيع، (د، م)، ط1، 2008، ص، ص121، 125.

4-الوسائل	سمعية بصرية لكل المتعلمين	متعددة ومتنوعة
5-الهدف	وسيلة لعمليات ومتطلبات	التفاعل مع العصر والهيئة
التقويم	يقوم به المعلم	يقوم به المتعلم

جدول (01) يوضح التعليم التقليدي والتعليم الذاتي والفرق بينهما.

من خلال الجدول التالي نلاحظ الفرق الواضح بين التعليم التقليدي والتعلم الذاتي إذ أن التعليم التقليدي يقتل كل روح المبادرة والإبداع بعكس التعلم الذاتي يبعث في الروح النشاط والإستقلالية الذاتية والإعتماد على النفس في تحمل المسؤولية.

### 7. نظريات التعلم الذاتي:

لا يستند التعلم الذاتي إلى نظرية متكاملة وإنما يقوم على أساس مجموعة من المبادئ والإتجاهات الخاصة بنظريات نفسية مختلفة والتي أسهمت في بلورة هذا التعلم، ومن بين هذه النظريات نجد:<sup>1</sup>

#### 1.7. الإتجاه السلوكي:

تعد نظرية ثورندايك من أوائل النظريات النفسية التي نادى بأهمية النشاط الذاتي، فهي تؤكد على أهمية الدور الإيجابي الفاعل للمتعلم في مواقف التعلم، وذلك من خلال مجموعة من المبادئ والمفاهيم النفسية والتربوية منها: الثواب، التعزيز، التغذية الراجعة، أهمية التعرف على إستعدادات المتعلم وإحتياجاته قبل تعلم وأثناءه.

ويرى سكنر أن مراعاة الفروق الفردية بين المتعلمين يمكن في التحكم بالبيئة التعليمية، وذلك من خلال إعداد الجيد للمادة التعليمية وقد طبق سكنر فطريقته في تقنية التعلم الذاتي المبرمج والتي إنتشرت في التسعينات تم عادة بأشكال مختلفة كتعلم الذاتي بإستخدام الحاسوب.

#### 2.7. الإتجاه الإنساني:

جاء هذا الإتجاه لتأكيد ضرورة تعلم المتعلم بنفسه دون قيود وأن له الحرية لختيار ما يريد تعلمه، وكذا لإكتشاف أهم خصائصه وميزاته التي تساعده على التعلم الذاتي وتحقيق الذات، حيث يرى "أصحاب هذا الإتجاه وعلى رأسهم روجرز ضرورة تمركز العملية التربوية حول المتعلم من حيث هو محورها"<sup>2</sup>.

<sup>1</sup> بن زهرة محمد لخضر، الاستعداد لممارسة التعلم الموجه ذاتيا وعلاقته بسمتي الاجتماعية والثبات الفعالي لدى التلاميذ، رسالة ماجستير، جامعة قصدي مرياح، ورقلة، 2015، ص27.

<sup>2</sup> لويذة مسعودي، المرجع السابق، ص28.



3.7. الاتجاه المعرفي:

جاءت نظرية "بياجية" "Piaget" لتؤكد وجود إتاحة الفرصة لكل مستخدم أن يتعلم ذاتياً، وأن يتعامل مع الموضوعات التي يختارها من بين البدائل التي تتوافر له بما يتلاءم وميوله وإهتماماته، بمعنى أن تجعل شخص بيني معارفه بنفسه بما يتماشى مع قدراته وإمكاناته وخصائصه.

ويرى "بروبر" أن التعلم الحاصل في طريق الإكتشاف الموجه ذاتياً تعتبر تعلم ذا معنى، بحيث يقوم هذا الاتجاه على عدة مبادئ نذكر منها:

- إشباع حاجات الفرد التعليمية ومراعاة إهتماماته.
- تشجيع المتعلم في اكتشاف المفاهيم والمبادئ بنفسه.
- نشاط المتعلم حيث يكون نشيطاً دائماً السعي للوصول الى المعرفة بنفسه.
- مواجهة المتعلم بمشكلة ما وإستشارته على حلها بنفسه.

8. أدوات التعليم الذاتي الحديثة :

كما قلنا بأن التكنولوجيا ودخولها في مجالات حياتنا كاملة قد أسهمت بتسريع وتيرة الحياة وتحقيق فوائد كثيرة، وعلى صعيد التعلم، فإن عملية التعليم الذاتي أصبحت أكثر سلاسة وسهولة غير مقترنة بتواجد مكاني وجغرافي محدد بفضل أدوات التكنولوجيا التي سهلت التعليم الذاتي ودعمته ومن هذه الأدوات:<sup>1</sup>

1.8. الهاتف الذكي:

أصبحت من الممكن نقل المحتوى التعليمي سواء أكان مقاطع فيديو أو روابط أو صور توضيحية أو كتب رقمية أو غيرها في المحتوى الرقمي على الهاتف الذكي والإطلاع عليه بسهولة ومن أي مكان.

2.8. الجهاز اللوحي:

كما كان الحال في الهاتف الذكي إلا أن الجهاز اللوحي يعتبر بميزة أفضل للتعلم وهي زيادة مساحة حجم الشاشة لوضوح الرؤية.

<sup>1</sup>محمد عبد، أدوات التعلم الذاتي الرقمية، 2020-10-22، متاح على الرابط [www.relleala.com](http://www.relleala.com) تاريخ الزيارة 2022-04-21، التوقيت

### 3.8. اليوتيوب:

يقدم اليوتيوب آلاف الفيديوهات المجانية التي يمكن لأي مستخدم للمنصة أو التطبيق تصفح هذه الفيديوهات في الأوقات التي تناسبه.

### 4.8. منصات التعليم الإلكتروني:

باتت كثير من مراكز التدريب والدورات في العالم تقدم محتواها عبر الأنترنت وعلى منصات خاصة لتسهيل الوصول للجماهير حول العالم وتحقيق استفادة تعليمية أكبر.

### 5.8. الكتب والمصادر الورقية:

هي نسخ رقمية من المراجع والكتب والمصادر الورقية يتم تحويلها لصيغة مقروءة وسهلة النقل والإنتشار عبر الأدوات والتقنية والتكنولوجيا.

## خلاصة

وفي ختام هذا الفصل يتبين أن التعلم الذاتي هو تعلم مستقل، يشير إلى طريقة التعلم بمراعاة الفروق الفردية بين المتعلمين، إعتقاداً على مداخل تعليمية مختلفة تتماشى مع حاجات المتعلمين المتباينة دون الإعتقاد الكلي على المعلم، وهذا ما دعت إليه المناهج التربوية الحديثة، التي تأخذ بعين الاعتبار الفروقات الفردية كهدف أساسي للوصول للإستقلالية الذهنية والإجتماعية عند المتعلمين.

## الفصل الرابع

### عرض وتحليل البيانات و النتائج

1. عرض وتحليل البيانات:

1.1. المحور الأول: بيانات شخصية

الجدول (02): يمثل توزيع أفراد العينة حسب متغير الجنس.

النسبة	تكرار	الجنس
18.8%	15	ذكر
81.3%	65	أنثى
100%	80	المجموع

التعليق:

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه الخاص بمتغير الجنس، أن نسبة الإناث أكثر بكثير من نسبة الذكور حيث قدرت ب 81.3% وهذه الزيادة يمكن أن نرجعها لتجاوب واهتمام فئة الإناث أكثر من الذكور للخدمات التعليمية الإلكترونية.

الجدول رقم (03): يمثل توزيع أفراد العينة حسب متغير السن.

النسبة	تكرار	الفئات العمرية
13.8%	11	أقل من 20 سنة
62.5%	50	من 21 الى 30 سنة
23.8%	19	أكثر من 31 سنة
100%	80	المجموع

التعليق:

إنطلاقاً من الجدول الخاص بمتغير السن، نلاحظ أن نسبة الأفراد الذين تتراوح أعمارهم من 21 الى 30 سنة هم أعلى سنة حيث قدرت ب 62.2% كونهم فئة شبابية فهم الفئة الأكثر تعرضاً لاستخدام وسائل التواصل الاجتماعي وتليها فئة العمرية أكثر من 31 سنة 23.8% كونهم الفئة المكتملة لهم من حيث التصفح والتعرض والتكوين من الخدمات التعليمية الإلكترونية.

الجدول رقم (04): يمثل المستوى التعليمي لأفراد العينة.

النسبة	تكرار	المستوى التعليمي
0	0	إبتدائي
1,2%	1	متوسط
13,8%	11	ثانوي
60%	48	جامعي
25%	20	دراسات عليا
100%	80	المجموع

التعليق:

نلاحظ من خلال الجدول الخاص بمستوى التعليمي للمبحوثين، أن أعلى نسبة كانت للجامعيين حيث قدرت ب 60% و نجد بعدها الدراسات العليا ب 25%، وهذا راجع كونهم في مرحلة تحصيل علمي فهم الفئة الأكثر تعرضا لإستخدام الدورات التدريبية الإلكترونية.

الجدول (05): يمثل توزيع أفراد العينة حسب متغير المهنة.

النسبة	التكرار	المهنة
16.3%	13	بطل
60%	48	طالب
23.8%	19	موظف
0	0	متقاعد
100%	80	المجموع

التعليق:

نلاحظ من خلال الجدول الخاص بمهنة المبحوثين، أن الطلاب يمثلون أعلى نسبة ب 60% لأنهم الفئة الأكثر إستخداما لمواقع التواصل الإجتماعي و كذلك كونهم في مرحلة تحصيل علمي يليهم الموظفون بنسبة 23.8% و هذا راجع لرغبتهم في التعلم الذاتي و إكتساب معارف و مهارات جديدة تسعدهم في أداء و إتقان عملهم.

2.1. المحور الثاني: عادات و أنماط إستخدام الدورات التعليمية التدريبية الإلكترونية

الجدول (06): يمثل نسبة المشاركة في الدورات التعليمية التدريبية الإلكترونية.

النسبة	التكرار	الإحتمالات
8.8%	7	دائما
45%	36	أحيانا
46.2%	37	نادرا
100%	80	المجموع

التعليق:

نجد في الجدول الخاص بنسبة المشاركة في الدورات التدريبية الإلكترونية، أن نسبة المشاركة في هذه الدورات بصفة دائما كانت بنسبة 8.8% أما نسبة "أحيانا" كانت 45% أما أعلى نسبة كانت 46.2% نادرا وهذا راجع لنقص فكرة التعلم الذاتي لدى المستخدمين.

الجدول رقم (07): يمثل مصادر معرفة المبحوثين بالدورات التعليمية التدريبية الإلكترونية.

النسبة	التكرار	الإحتمالات
11.6%	11	زميل
7.3%	7	العائلة
44.3%	42	من خلال تصفح
36.8%	35	من خلال إعلانات
100%	80	المجموع

التعليق:

نلاحظ من خلال الجدول الخاص بمصادر معرفة المبحوثين بالدورات التدريبية الإلكترونية، أن أعلى نسبة كانت من خلال التصفح حيث قدرت 44.3% وبعدها من خلال الإعلانات بنسبة 36.8% وكانت أدنى نسبة هي 11.6% للعائلة وهذا راجع الى التصفح الدائم على مواقع التواصل الاجتماعي.

الجدول رقم (08): يمثل الوسيلة المفضلة لإستخدام الدورات التعليمية التدريبية الالكترونية:

الاحتمالات	التكرار	النسبة
هاتف ذكي	60	60%
اللوحة الالكترونية	4	4%
كمبيوتر محمول	33	33%
كمبيوتر ثابت	3	3%
المجموع	100	100%

التعليق:

يبين لنا الجدول التالي الخاص بالوسيلة المفضلة لإستخدام الدورات التدريبية الإلكترونية، حيث كانت أكثر نسبة للهاتف الذي ب 60% وبعدها كمبيوتر محمول ب 33% و كأقل نسبة نجد الكمبيوتر ثابت ب 3% وذلك نسب التكنولوجيا الحديثة لوسائل الاتصال وسهولة استعمال الهاتف الذكي.

الجدول رقم (09): يمثل موقع الدورة الذي شارك من خلالها الباحثين في الدورات التعليمية التدريبية الإلكترونية.

الاحتمالات	تكرار	النسبة
موقع دورة	38	40.47%
فايسبوك	39	41.47%
إنستغرام	12	12.76%
الزوم	1	1.05%
التلغرام	3	3.18%
سكايب	1	1.06%
المجموع	94	100%

التعليق:

يوضح الجدول التالي الخاص بموقع الدورة التي تم المشاركة فيها من طرف المستخدمين، حيث كانت الإجابة على تطبيق الفيسبوك بأعلى نسبة ب 41.47% تم تلبستها مباشرة موقع الدورة بنسبة 40.47% ثم الأنستغرام



ب 12.76% أما أقل نسبة كانت الزوم بنسبة 1.6% وهذا يدل على أن المستخدمين يترددون على تطبيق فيسبوك أكثر من التطبيقات الأخرى.

الجدول (10): يمثل المدة الزمنية للدورات التعليمية التدريبية الإلكترونية.

الاحتمالات	التكرار	النسبة
أسبوع	46	57.5%
كم شهر الى 3 أشهر	13	16.3%
من 3 الى 6 أشهر	12	15%
يوم	2	2.5%
15 يوم	3	37%
سنة	1	1.25%
ليست بالوقت	1	1.25%
لا تزال مستمرة	2	2.5%
المجموع	80	100%

التعليق:

من خلال الجدول التالي الخاص بمدة الدورات التدريبية الإلكترونية، نلاحظ أن الدورة الأكبر أو الأكثر مشاركة فيها هي التي مدتها تكون سبعة أيام والتي قدرت نسبتها ب 57.5% و تليها من شهر الى 3 أشهر كتاني أعلى نسبة قدرت ب 16.3% أما من 3 إلى 6 أشهر فقد قدرت نسبتها ب 15% أما أقل نسبة هي سنة ب 1.2%، ومن هنا نستنتج أن المتدربين أو المشتركين في هذه الدورات التدريبية الإلكترونية مهتمين بالدورات قصيرة المدة التي لا تأخذ وقت طويل وتحقق الإشباع، وقد يكون السبب الأكبر للمشاركين في هذه الدورات هو المدة الزمنية.

الجدول (11): يمثل مجالات التي شاركا فيها المبحوثين في الدورات التعليمية التدريبية الإلكترونية.

الاحتمالات	تكرار	النسبة
صحية	9	6.72%
تعليمية	46	34.32%
تقنية	12	8.95%

## الفصل الرابع:

## عرض و تحليل البيانات و النتائج

دينية	9	%6.71
تعلم اللغات	39	%29.10
التسويق	13	%9.70
زيادة الأعمال	3	%2.25
تطوير الذات	1	%0.75
برمجية	1	%0.75
تنمية بشرية	1	%0.75
المجموع	134	%100

### التعليق:

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن المجالات التي شارك من خلالها الباحثين في الدورات التعليمية هي المجالات التعليمية التي جاءت كأعلي نسبة حيث قدرت ب 34.2% وتم تعليم اللغات كثاني أعلى نسبة قدرت ب 29.10% و بعدها مجال التسويق فقد قدرت نسبتها ب 9.70% في حين جاءت مجالات التنمية البشرية كأقل نسبة ب 0.75%، ومن هنا نستنتج أن المشاركين في هذه الدورات التدريبية الإلكترونية مهتمين بالمجالات التعليمية وتعليم اللغات لأن كل منهما له دور كبير في تنمية المهارات حيث تساعد هذه الدورات على تحسين المستوى التعليمي للفرد بالإضافة إلى بناء الذات وتطوير النفس وأيضا تعليم اللغات أصبح في وقتنا الحالي من أهم أدوات التميز والمهارات التي تفتح مجالات عدة للعمل والسفر وإكتساب خبرات جديدة.

الجدول (12): يمثل نسبة التوجه للخدمات التعليمية المتاحة على اليوتيوب.

الإحتمالات	التكرار	النسبة
نعم	69	%86.3
لا	11	%13.7
المجموع	80	%100

### التعليق:

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن التوجه إلى الخدمات التعليمية المتاحة على اليوتيوب كانت بنعم تمثل أكبر نسبة حيث قدرت ب 86.3% أما لا قدرت نسبتها ب 13.7%، ومن هنا نسيح أن أفراد العينة ترونا أن التوجه

للخدمات التعليمية المتاحة على اليوتيوب مفيدة أكثر لأنه يعتبر من أكبر شبكات التواصل الإجتماعي في وقتنا الحالي وكذلك لتنوع محتويات الفيديوهات المتاحة فيه.

الجدول (13): يمثل مجالات الخدمات التعليمية في اليوتيوب.

الاحتمالات	تكرار	النسبة
علمية	27	%16.98
تعليمية	49	%30.8
تقنية	13	%8.1
دينية	14	%8.8
تعليم اللغات	39	%24.52
التسويق	12	%7.54
ريادة الأعمال	3	%1.88
برمجة	1	%0.62
صحية وثقافية	1	%0.62
المجموع	159	%100

التعليق:

من خلال الجدول أعلاه الخاص بالمجالات الخدمات التعليمية المتاحة على اليوتيوب، نجد أن المجالات الأكثر تداولاً ومشاركة هي المجالات التعليمية قدرت نسبتها ب %30.8 تليها تعليم اللغات كتاني أكبر نسبة قدرت ب %24.52 ثم المجالات العلمية ب %16.98 أما المجالات الصحية و الثقافة و كذلك البرمجة جاؤا كأدنى نسبة قدر ب %0.62، ومن هنا نستنتج أن المجالات التعليمية وتعليم اللغات لها أهمية ودور كبير في الحياة اليومية كما ذكرنا في الجدول رقم 10.

الجدول (14): يمثل الطرق المفضلة لتحصيل الخدمة التعليمية الإلكترونية.

الاحتمالات	تكرار	النسبة
الدورات	29	%30.85
الفيديوهات التعليمية	65	%69.5

المجموع	94	%100
---------	----	------

التعليق:

من خلال الجدول الخاص بالطرق المفضلة لتحصيل الخدمة التعليمية الإلكترونية، تبين أن الطريقة المفضلة لتحصيل الخدمة التعليمية كانت الفيديوهات كأكثر نسبة ب 69.5% أما الدورات فقدرت ب 30.85% كأدنى نسبة، ومن هنا نستنتج أن إستخدام الفيديو في التعليم له نجاح وفعالية ولقد أصبح من ضمن الوسائل الحديثة التي أقبل عليها مستخدمي الأنترنت لأنها تلعب دورا كبيرا في جذب الإنتباه وجعل المستخدم أكثر تحمس لمعرفة معلومات جديدة، ولقد أثبتت أبحاث طيبة أن الصورة تترك بصمة في عقل شخص من أكثر من الصوت.

3.1. المحور الثالث: دوافع وإشباعات التعرض للخدمات التعليمية الإلكترونية لتحقيق عملية التعلم الذاتي لدى

المستخدمين

الجدول (15): يمثل آراء المبحوثين حول ضرورة التوجه للدورات التعليمية التدريبية الإلكترونية.

الاحتمالات	تكرار	النسبة
ضروري	50	%62.5
غير ضروري	30	%37.5
المجموع	80	%100

التعليق:

نلاحظ من خلال الجدول الخاص بآراء المبحوثين حول ضروري التوجه لهذه الدورات التعليمية، فقد كاتب أغلب الإجابات بضرورة فقد قدرت بنسبة 62.5% وأما غير ضرورية فقدرت بنسبة 37.5% كأدنى نسبة، ومن هنا نستنتج أن لهذه الدورات التدريبية أهمية في تحفيز المستفيد منها وتحقيق الرضا الى جانب كل هذا فإن هذه الدورات التدريبية تساعد على توفير الجهد والوقت.

الجدول(16): يمثل دوافع أفراد العينة للدورات التعليمية التدريبية الإلكترونية.

الاحتمالات	تكرار	النسبة
التعلم الذاتي	37	%35.23
تنمية المهارات	64	%60.95

## الفصل الرابع:

## عرض و تحليل البيانات و النتائج

مواكبة التطور	1	0.95%
اكتساب مهارات جديدة	1	0.95%
دروس منهج الدراسي فقط	1	0.95%
تزويد الرصيد الثقافي	1	0.95%
المجموع	105	100%

التعليق:

من خلال الجدول أعلاه الخاص بدوافع الدورات التعليمية الإلكترونية ، نلاحظ أن تنمية المهارات جاءت كأكبر نسبة والتي قدرت ب 60.95% وبعدها مباشرة التعلم الذاتي بنسبة 35.23% كثاني نسبة وتم تأتي اكتساب المهارات ودروس منهج الدراسي فقط بنسب متساوية والتي قدرت ب 0.95%، ومن هنا نستنتج أن معظم مستخدمي هذه الدورات في يومنا هذا يبحثون عن قوة عاملة متعلمة ذات مهارات متقدمة في مجال تخصصها ويفصلون على وجه الخصوص الأشخاص الساعتين على الدوام لتطوير مهاراتهم وتنميتها وهو الأمر الذي يدفع الكثيرين الى التعلم عبر الأنترنت.

الجدول رقم(17): يمثل آراء المبحوثين حول المعلومات متحصل عليها من الدورات التعليمية التدريبية الإلكترونية.

الاحتمالات	تكرار	النسبة
نعم	51	63.7%
لا	29	36.3%
المجموع	80	100%

التعليق:

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن المعلومات متحصل عليها من الدورات التعليمية الإلكترونية كافية لأنها كانت أغلبية العينة إجاباتها بنعم حيث قدرت نسبتها ب 63.7% ومن هنا نستنتج أن هذه الدورات التعليمية الإلكترونية مفيدة جدا لأنها تقدم بطرق احترافية وبسيطة ولا تأخذ وقت.

الجدول (18): يمثل عوامل جذب أفراد العينة للدورات التعليمية التدريبية الإلكترونية.

الاحتمالات	تكرار	النسبة
لا تستعرف وقت	19	16.52%

## الفصل الرابع:

## عرض و تحليل البيانات و النتائج

سهولة تواصل	41	35.65%
تختصر الجهد والوقت والمساحة	54	46.95%
الحاجة الى تعلم	1	0.88%
المجموع	115	100%

التعليق:

نلاحظ من خلال هذا الجدول الخاص بعوامل جذب المستخدمين للدورات الإلكترونية، حيث كانت الإجابة "تختصر الجهد والوقت" بنسبة 46.95% وكانت أدنى بنسبة "الحاجة الى التعلم" بنسبة 0.88% وذلك راجع لتمييز العصر الحالي بالسرعة، و إنجذاب المستخدمين إلى البرامج التي لا تحتاج إلى جهد ووقت كبير.

الجدول(19): يمثل نسبة الإشباع المحققة من الدورات التدريبية و المحتويات التعليمية الإلكترونية.

الاحتمالات	تكرار	النسبة
نعم	66	82.5%
لا	14	17.5%
المجموع	80	100%

التعليق:

يوضح الجدول التالي الخاص بنسبة بالإشباع المحققة من الدورات التدريبية و المحتويات التعليمية، حيث بلغت أعلى نسبة للإجابة ب "نعم" بنسبة 82.3% والإجابة ب "لا" بنسبة 17.5% ومنه نستنتج أن المستخدمين يحققون رغباتهم وإشباعاتهم.

الجدول(20): يمثل الطرق التي تحقق بها الدورات التعليمية التدريبية الإلكترونية إشباع المستخدمين.

الاحتمالات	تكرار	النسبة
تكسيك المهارة استخدام التكنولوجيا	24	23.3%
تمكين المتدرب من تطوير تحسين المستوى	52	50.4%
التركيز على اقتناء خبرات مطلوبة	27	26.3%

## الفصل الرابع:

## عرض و تحليل البيانات و النتائج

المجموع	103	%100
---------	-----	------

التعليق:

يبين الجدول الخاص بطرق الإشباع التي يحققها المستخدمون من الدورات، نجد أعلى نسبة كانت للإجابة "تمكن المتدرب من تصوير وتحسين المستوى" بنسبة 50.4% وتليها الإجابة "التركيز على إقتناء خبرات مطلوبة" بنسبة 26.3% وفي الأخير نسبة 23.3% للإجابة "تكسبك مهارة للاستخدام التكنولوجيا" والتالي نستنتج أن النسب متقاربة وذلك راجع للفائدة التي تقدمها الدورات التدريبية الإلكترونية من تعلم ومهارات جديدة واكتساب خبرات.

الجدول(21): يمثل نسبة المتعة عند المشاركة في الدورات التعليمية التدريبية الإلكترونية.

الاحتمالية	تكرار	النسبة
نعم	73	%91.3
لا	7	%8.8
المجموع	80	%100

التعليق:

نلاحظ في الجدول الخاص بالمتعة عند المشاركة في هذه الدورات، حيث الإجابة ب "نعم" هي أعلى نسبة حيث قدرت ب 91.3% وأقل نسبة ب 8.8% للإجابة ب "لا" وذلك راجع للفعالية والنشاط أثناء الدورة، وكونها طريقة جديدة للتعلم.

الجدول(22): يمثل تكلفة الدورات التعليمية التدريبية الإلكترونية.

الاحتمالات	تكرار	النسبة
نعم	8	%10
لا	72	%90
المجموع	80	%100

التعليق:

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه الخاص بتكلفة الدورات التدريبية الإلكترونية، أن الإجابة ب "نعم" هي أقل نسبة ب 10% والإجابة ب "لا" قدرت ب 90%، وهذا راجع لكثرة مصادر و مراجع المعلومات المجانية.

الجدول (23): يمثل طرق الدفع عدد المشاركة في الدورات التعليمية التدريبية الإلكترونية.

الاحتمالات	التكرار	النسبة
الشيك	17	21.3%
بطاقة ائتمانية	3	3.8%
بطاقة بنكية	2	2.5%
مجانية	56	70%
تحويل حساب بنكي	1	1.2%
CCP	1	1.2%
المجموع	80	100%

التعليق:

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه الخاص بطرق الدفع عند المشاركة في الدورات التدريبية التعليمية الإلكترونية، نجد أعلى نسبة للمجانبة حيث قدرت ب 70% و تليها الدفع بالشيك بنسبة 21.3% و كأدنى نسبة نجد التحويل لحساب بنكي 1.2%، ومن هنا نستنتج أن أفراد العينة يستخدمون و يفضلون الدورات التدريبية التعليمية الإلكترونية المجانية و ذلك لسهولة الوصول إليها.

الجدول(24): يمثل آراء المبحوثين حول إستمرارية التعلم الذاتي.

الاحتمالات	التكرار	النسبة
مستمرة	37	46.3%
مؤقتة	43	53.7%
المجموع	80	100%



نلاحظ من خلال الجدول الخاص بآراء الباحثين حول إستمرارية التعلم الذاتي، حيث نلاحظ أنها مستمرة بنسبة 46.3% أما بالنسبة للمؤقتة فقد قدرت ب 53.7%، ومن هنا نستنتج أن عملية التعلم الذاتي المستمرة تختلف من فرد إلى أخرى و ذلك حسب مهارات و قدرات و إهتمامات كل شخص.

## 2. نتائج الدراسة:

و على ضوء ما توصلت إليه في هذه الدراسة يمكننا صياغة النتائج كالتالي :

- أكدت الدراسة من حيث عدد الذكور و الإناث أي متغير السن أن عدد الإناث فاقت الذكور بنسبة 18.8% للذكور و 81.2% الإناث ، و هذا مرده إلى عدد الإناث في المجتمع.
- أكدت الدراسة أن أفراد عينة الذين يتعرضون للدورات التعليمية التدريبية الإلكترونية تتراوح أعمارهم من (2 إلى 30 سنة) بنسبة 23.8% و من (31 سنة فما فوق) بنسبة 82.5%.
- توصلت الدراسة أن مهنة أفراد العينة هم طلبة جامعين بنسبة 60% و هذا راجع كونهم في مرحلة تحصيل علمي.
- توصلت الدراسة أن الوسيلة المفضلة لإستخدام الدورات التعليمية التدريبية الإلكترونية هي الهاتف الذكي بنسبة 75% وهذا راجع لسهولة وخصوصية إستخدامه.
- أكدت الدراسة أن المدة المستغرقة لتكوين في الدورات التعليمية التدريبية الإلكترونية هي أسبوع بنسبة 57.5% هذا راجع لضيق الوقت.
- أظهرت الدراسة أن المجالات التي شارك من خلالها أفراد العينة في الدورات التعليمية و التدريبية الإلكترونية بنسبة 34.3% وكذلك تعليم اللغات بنسبة 29.1% وهذا راجع لرغبة الأفراد في التعلم ذاتيا.
- توصلت النتائج أن موقع الذي يستخدمه أفراد العينة بكثرة هو موقع الدورة بنسبة 40.47% وهذا راجع لضمان ومصداقية المعلومات المقدمة.
- أكدت الدراسة أن أفراد العينة سبق و أن تعرضوا لإستخدام الخدمات التعليمية المتاحة على اليوتيوب بنسبة 86.3% وهذا راجع لسهولة الوصول إليها.
- أظهرت الدراسة أن المجالات التي يفضلوا أفراد العينة أن يتعرضوا لها في اليوتيوب هي التعلم بنسبة 30.8% و تعليم اللغات بنسبة 24.5%.
- توصلت نتائج الدراسة إلى أن الطريقة المفضلة لتحصيل الخدمة التعليمية الإلكترونية هي الفيديوهات التعليمية بنسبة 69.5% وهذا لسهولة تلك الفيديوهات.

- كانت النتائج النهائية حول دوافع استخدام أفراد العينة للدورات التعليمية التدريبية الإلكترونية هو التعلم الذاتي بنسبة 35.2% و تنمية المهارات بنسبة 60.9% و يرجع هذا إلى كون معظم أفراد العينة في مرحلة تحصيل العلمي و يتوجب عليهم الإلمام بأكبر قدر ممكن من المعلومات.
- أكدت الدراسة أن المعلومات العلمية المتحصلة عليها كافية بنسبة 63.7% و غير كافية بنسبة 36.3% وهذا راجع إلى إختلاف المجالات التي يتعرض أو يفضلها كل فرد من العينة.
- توصلت نتائج الدراسة حول مدى تحقيق الدورات التدريبية و المحتويات التعليمية اشاعات لأفراد العينة في مجملها بنسبة 82.5% و بنسبة 17.5%، أي تحقيق إشاعات لعدد كبير من أفراد العينة.
- توصلت نتائج الدراسة أن الدورات التدريبية الإلكترونية كانت مجانية 68.8% من أفراد العينة ، أما بالنسبة للذين كلفتم مالا كانت عملية الدفع عن طريق الشيك بنسبة 21.3% ونجد كأدنى نسبة 1.2% هي التحويل لحساب بنكي.

### الخاتمة

يعتبر التسويق الإلكتروني الخدمات التعليمية من البرامج الهامة التي تساهم في تفعيل عملية التعلم الذاتي لكونها من الظواهر الجديدة المتواجدة على الساحة العلمية، و مع التطور التكنولوجي المتسارع و إنتشار الوسائل الإلكترونية ظهرت في الآونة الأخيرة أساليب جديدة لتنمية المهارات و تطويرها مثل (الدورات التدريبية التعليمية، التطبيقات العلمية الحديثة)، و هذا ما أدى إلى تفاعل كبير من طرف مستخدمي الأنترنت و المشاركين في هذه البرامج لتطوير أدائهم و الإبداع من حيث حاجاتهم و إشباعاتهم و إكتساب معارف و مهارات لرفع وعي المستخدمين و تعزيز إستخدام إستراتيجية التعلم الإلكتروني الذاتي في المجال العلمي، و نرى أن التسويق الإلكتروني للخدمات التعليمية أصبح من أساسيات التعلم الذي فرضه علينا هذا العصر عصر الأنترنت و التكنولوجيا الحديثة لأنه فرصة لزيادة القدرات و التوسع في المجال العلمي و العملي و الحصول على المعلومات المطلوبة في شتى المجالات، و لأغرض متعددة لتحقيق إشباعاتهم.

و مما سبق يتضح لنا أن التسويق الإلكتروني للخدمات التعليمية يؤثر بشكل كبير على عملية التعلم الذاتي و ذلك لإستخدامهم التكنولوجيا الحديثة و المواقع الإلكترونية و التطبيقات في تنمية مهاراتهم و تحقيق اشباعاتهم و المساعدة في عملية التعلم الذاتي.

### التوصيات:

- توفير مواقع لتعلم الذاتي تكون لها مصداقية من الناحية العلمية.
- تكثيف الدورات التدريبية لتحسين المستوى في اللغات الأجنبية.
- إستخدام مواقع التواصل الإجتماعي لتنمية المهارات التعليمية.
- توفير تطبيقات لتعلم الذاتي تكون مجانية.

قائمة المصادر و المراجع:

الكتب:

1. أبو سمرة محمود أحمد، محمد عبد الإله الطيطي، مناهج البحث العلمي التبيين إلى التمكن، دار البازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان، (د.ط)، 2020.
2. أبو فارة يوسف أحمد، التسويق الإلكتروني "عناصر المزيج التسويقي عبر الأنترنت، دار وائل للطباعة و النشر، (د. م)، (د. ط) 2012.
3. الخالدي محمد محمود، التكنولوجيا الإلكترونية، دار الكنوز للمعرفة، عمان، ط1، 2006.
4. الربيعي محمود داود، التعلم والتعليم في التربية البدنية والرياضية، دارالكتب العلمية للنشر و التوزيع ، الأردن، ط1، 2007.
5. الزعلول عماد عبد الرحيم و شاك، سيكولوجية التدريس الصفّي، دار المسيرة للنشر والتوزيع، الأردن، ط1، 2007.
6. الشمري خالد بطي، مروة شيل عجيرة ، التسويق الإلكتروني في العالم العربي، دار النشر للجامعات، (د. م)، ط1، 2012.
7. الطائي مصطفى حميد، خير ميلاد أبو بك، مناهج البحث العلمي، و تطبيقاته في الإعلام و العلوم السياسية، دار الوفاء للطباعة و النشر، الاسكندرية (د. ط)، 2007.
8. العزاوي رحيم يوسف، مقدمة في منهج البحث العلمي، دار الدجلة للنشر والتوزيع ، عمان، ط1، 2008.
9. النجدي أحمد علي راشد عبد الهادي، سلسلة المراجع في التربية و علم النفس، دار الفكر العربي، القاهرة، ط1، 2003.
10. الهمامي حميد بن سيف، حجازي إبراهيم، التعلم عن بعد، منظمة الأمم المتحدة للتربية و التعليم و الثقافة، اليونسك، 2020.
11. توزيع سليمان، علي خاف الزهواني، مدخل إلى التعلم النشط، دارالؤلؤة للنشر والتوزيع، المنصورة، ط1، 2018.

## قائمة المصادر و المراجع

12. جمال عبد الرحمان عبد السلام، الكفايات التعليمية في القياس والتقويم واكتسابها بالتعلم الذاتي، دار المناهج للنشر والتوزيع، عمان، ط 1، 1998.
13. درويس محمد أحمد، مناهج البحث في العلوم الإنسانية، مؤسسة الأمة الإسلامية للنشر و التوزيع، (د.م)، ط 1- 2018 .
14. سامح عبد الله المطلب عامر، علاء محمد سيد قنديل، التسويق الإلكتروني، دار الفكر للنشر والتوزيع، ط 1، 2012.
15. سرايا عادل، تكنولوجيا التعليم ومصادر التعلم (مفاهيم نظرية، تطبيقات علمية)، مكتبة الرشد، (د. م)، ط 1، 2014.
16. طارق عبد الرؤق، التعلم الإلكتروني و التعلم الافتراضي (اتجاهات عالمية معاصرة) دار الكتب المصرية، القاهرة، ط 1، 2014.
17. طارق عبد الرؤوف عامر، إيهاب عيسى المصري، أسس وأساليب التعلم الذاتي، دار العلوم للنشر والتوزيع، القاهرة، ط 1، 2012.
18. طه حسين و خالد عمران، أساليب التعلم الذاتي، الإلكتروني التعاوني رؤية تربوية معاصرة، دار العلم والايمان للنشر والتوزيع، مصر، (د. ط)، 2009.
19. طه طارق، التسويق بالإنترنت و التجارة الإلكترونية، دار الفكر الجامع، الاسكندرية، (د.ط)، 2006.
20. عبد الفتاح محمد سعيد، التسويق، دار النهضة العربية للطباعة والنشر، بيروت (د.م)، 1983.
21. عبد رابه رائد محمد، التسويق الإلكتروني، دارالجنادرية للنشر والتوزيع، عمان (د. ط)، 2006.
22. عوض بدر الحداد، التسويق المصرفي، المدخل المتكامل لحل المشكلات البنكية، اتحاد المصارف العربية للنشر والتوزيع، (د.م)، ط 1، 1998.
23. فرحات عبيد عيس، استراتيجيات التعلم النموذجية والإلكترونية، دار الأيام للنشر والتوزيع، عمان، (د. ط)، 2018.
24. كريمان محمد بدير، التعلم النشط، دار المسيرة للنشر والتوزيع، (د. م )، ط 1، 2008.
25. محمد كامل حسين منال، دور التعلم الذاتي في تطوير البرامج التدريبية للمعلم ، دار الكتب المعاصرة للنشر والتوزيع، (د. م)، ط 1، 2007 .
26. مصالي ليلي، الوجيز في التسويق الإلكتروني، دار الكتب العلمية، لبنان، ط 1، 2006.

## قائمة المصادر و المراجع

27. ناصر أحمد صالح على الزغبى، التسويق الإلكتروني في القرن الحادي و العشرين، البارودي العلمية للنشر والتوزيع، (د.م)،(د.ط)، 2009.

### الدراسات:

28. فيصل بشرى فيصل، شبكات تواصل الإجتماعي ودورها في عملية تعليمية، بحث مقدم لملتقى شركات التواصل الإجتماعي، جامعة الإمام عبد الرحمان فيصل، المملكة العربية السعودية، متاحة على الرابط: [www.shm.SSa.com](http://www.shm.SSa.com)، تاريخ الزيارة: 12-05-2022 توقيت، الزيارة: 13.00.
29. الخليفة هند سليمان، توظيف تقنيات الويب 20 في خدمة التعليم و التدريب الإلكتروني، جامعة سارتمينون، المملكة المتحدة، متاحة على الربط : [www.kenanaonline.com](http://www.kenanaonline.com)، تاريخ الزيارة: 30-04-2022، توقيت الزيارة: 10.00.
30. عيسيري إبراهيم محمد عبد الله، عبد الله المحيا، التعلم الذاتي و تصنيفاته عبر شبكة الأنترنت في الدول الأعضاء، مكتبة التربية لدول الخليج، متاحة على الرابط: [www.nohysson.com](http://www.nohysson.com)، تاريخ الزيارة: 04-2022-30، توقيت الزيارة: 10.00.

### الرسائل و الأطروحات:

31. الطائي يوسف حجيم سلطان، دياس هاشم فوزي، تسويق خدمة التعليم الجامعي و ملائمتها مع احتياجات الزبون، مذكرة ماجستير في ادارة واقتصاد، تخصص ادارة أعمال، جامعة الكوفة، 2009-2010.
32. آل عثمان منال محمد بن بد العزيز، دراسة تحليلية لرسائل الماجستير والدكتوراه في مجال التعلم الإلكتروني، مذكرة ماجستير في الأدب، تخصص وسائل تكنولوجيا التعلم، جامعة الملك سعود، 2008-2009.
33. رقاد صليحة، تطبيق نظام ضمان الجودة في مؤسسة التعليم العالي الجزائرية، أطروحة دكتوراه علوم في العلوم الإقتصادية، جامعة فرحات عباس، سطيف، 2013-2014.
34. لخضر بن زهرة محمد، الإستعداد لممارسة التعلم الموجه ذاتيا وعلاقته الإجتماعية و التبات الإنفعالي لدى التلاميذ، رسالة ماجستير في علم النفس، تخصص علم النفس التربوي، جامعة قصدي مرباح، ورقلة 2015-2019.

## قائمة المصادر و المراجع

35. مسعود بويزة، اتجاهات الطلبة نحو استخدام الأنترنت في تحقيق التعلم الذاتي، مذكرة ماجستير في علوم التربية، تخصص تكنولوجيا التربية و التعليم، جامعة الحاج لخضر باتنة، 2009-2010.

### المقالات:

36. ماهية التسويق التعليمي، متاحة على الرابط : [www.molham.com](http://www.molham.com)، تاريخ الزيارة 2022-04-24،  
24، توقيت الزيارة 12.00 .

37. متاحة على الرابط : [www.bts.academy](http://www.bts.academy)، تاريخ الزيارة: 2022-04-2022، توقيت الزيارة:  
14.39.

### المجلات:

38. ليث علي الحكيم عبد الأمين زوين، تحسين جودة التعليم الجامعي بإستخدام نموذج QFD دراسة تطبيقية في كلية الادارة والاقتصاد، جامعة الكوفة، مجلة الدراسات، العدد 2009.12.

## الإستمارة

### المحور الاول: البيانات الشخصية

الجنس: ذكر  انثى   
السن: اقل من 20 سنة  من 21 الى 30 سنة  من 31 سنة فما فوق   
المستوى التعليمي: إبتدائي  متوسط  ثانوي  جامعي   
المهنة: بطال  طالب  موظف  متقاعد

### المحور الثاني: عادات و انماط إستخدام الدورات التعليمية التدريبية الإلكترونية

ما مدى مشاركتك في الدورات التدريبية الالكترونية:  
دائما  أحيانا  نادرا   
إذا كانت إجابتك نعم من وجهك اليها:  
زميل  العائلة  من خلال التصفح  من خلال الإعلانات من الجهة المنظمة للدورة   
طريقة أخرى أذكرها : .....

ماهي الوسيلة المفضلة لإستخدام الدورات التدريبية:  
هاتف ذكي  اللوح الإلكتروني  كمبيوتر محمول  كمبيوتر ثابت   
ما هو الموقع الذي شاركت فيه:  
موقع الدورة  الفاسبوك  الانستغرام   
أخرى تذكر:.....

كم دامت هذه الدورة:  
أسبوع  من شهر الى شهرين  من 3 أشهر الى 6 أشهر   
مدة اخرى اذكرها : .....

حدد المجالات التي شاركت من خلالها في الدورات التعليمية و التدريبية :  
صحة  تعليمية  تقنية  دينية  تعليم اللغات   
التسويق  ريادة الاعمال   
اخرى اذكرها : .....

هل سبق و أن توجهت لإستخدام الخدمات التعليمية المتاحة على موقع اليوتيوب ؟  
نعم  لا



حدد مجالاتها : علمية  تعليمية  تقنية  دينية  تعليم اللغات   
التسويق  ريادة الأعمال   
أخرى اذكرها : .....

ماهي الطريقة المفضلة لديك لتحصيل الخدمة التعليمية الإلكترونية :  
الدورات  الفيديوهات التعليمية   
أخرى أذكرها : .....

المحور الثالث: دوافع و إشباعات التعرض للدورات التعليمية التدريبية الإلكترونية لتحقيق  
عملية التعلم الذاتي لدى المستخدمين.

هل ترى التوجه نحو الدورات:

ضروري  غير ضروري

ماهي الدوافع الأخرى إلى هذه الدورات:

التعلم الذاتي  تنمية المهارات

دوافع أخرى أذكرها: .....

هل المعلومات العلمية المتحصل عليها كافية:

نعم  لا

ماهي عوامل جذبك لهذه الدورات:

لا تستغرق وقت كبير  سهولة التواصل

تختصر الجهد و الوقت و المسافة

هل حقق استخدام الدورات التدريبية و المحتويات التعليمية الإلكترونية إشباعات لديك:

نعم  لا

إذا كانت اجابتك بنعم:

تختصر الجهد و الوقت و المسافة  تكسب المهارة على استخدام التكنولوجيا

تمكن المتدرب من تطوير و تحسين المستوى  التركيز على اقتناء الخبرات المطلوبة

هل تجد متعة في المشاركة في هذه الدورات الالكترونية :

نعم  لا

هل كلفتك هذه الدورات التدريبية الإلكترونية مبلغ كبير:

نعم  لا

كيف تمت عملية الدفع:

الشيك  بطاقة الائتمائية  بطاقة بنكية  مجانية

هل عملية التعلم الذاتي الإلكتروني لديك تبقى مستمرة أو مؤقتة ؟

مؤقتة  مستمرة