



جامعة عين شمس

كلية التربية

قسم التربية المقارنة والإدارة التعليمية

المتطلبات الإدارية للتسويق الإلكتروني للمدرسة الثانوية الفنية الصناعية في

جمهورية مصر العربية تصور مقترح

رسالة مقدمة

للحصول على درجة الماجستير في التربية

تخصص (إدارة تربوية)

إعداد الباحث

أيمن جابر حسونه على

إشراف

د. ولاء السيد عبد الله السيد صقر

مدرس التربية المقارنة والإدارة التعليمية

كلية التربية - جامعة عين شمس

أ.د. نعله عبد القادر هاشم

أستاذ ورئيس قسم التربية المقارنة والإدارة التعليمية

كلية التربية - جامعة عين شمس

١٤٤٠ هـ - ٢٠١٨ م

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

"وَقُلْ اَعْمَلُوا فَسَيَرَى اللَّهُ عَمَلَكُمْ وَرَسُولُهُ وَالْمُؤْمِنُونَ وَسَتُرَدُّونَ إِلَىٰ عَالَمِ الْغَيْبِ
وَالشَّهَادَةِ فَيُنَبِّئُكُم بِمَا كُنتُمْ تَعْمَلُونَ"

صَدَقَ اللَّهُ الْعَظِيمُ

سورة التوبة الآية رقم (١٠٥)



كلية التربية

قسم التربية المقارنة والإدارة التعليمية

صفحة العنوان

اسم الباحث: ايمن جابر حسونه علي.

الدرجة العلمية: الماجستير في التربية.

القسم التابع له: التربية المقارنة والإدارة التعليمية.

اسم الكلية: كلية التربية.

اسم الجامعة: عين شمس.

سنة التخرج: ١٩٨٥م

سنة المنح: ٢٠١٨م

١٤٤٠هـ - ٢٠١٨م



كلية التربية

قسم التربية المقارنة والإدارة التعليمية

صفحة الموافقة

اسم الباحث : ايمن جابر حسونه علي.
عنوان الرسالة: المتطلبات الإدارية للتسويق الإلكتروني للمدرسة الثانوية الفنية الصناعية في جمهورية مصر العربية تصور مقترح.
اسم الدرجة : الماجستير في التربية تخصص إدارة تربوية.

لجنة الإشراف:

أ.د. نهلة عبد القادر هاشم
أستاذ ورئيس قسم التربية المقارنة والإدارة التعليمية كلية التربية - جامعة عين شمس.
د. ولاء السيد عبد الله السيد صقر
مدرس بقسم التربية المقارنة والإدارة التعليمية كلية التربية - جامعة عين شمس.

تاريخ المناقشة: ١٩ / ١٢ / ٢٠١٨ م

الدراسات العليا:

أجيزت الرسالة بتاريخ	ختم الإجازة:
٢٠١٩ / / م	/ /
موافقة مجلس الجامعة	موافقة مجلس الكلية
٢٠١٩ / / م	٢٠١٩ / / م

شكر وتقدير

اللهم لك الحمدُ حمداً كثيراً طيباً مباركاً فيه، ملء السماوات وملء الأرض، وملء ما شئت من شيء بعد، أهل الثناء والمجد أحق ما قال العبد وكلنا لك عبد، أشكرك ربّي على نعمك التي لا تُعد، وآلائك التي لا تُحد، أحمّدك ربّي وأشكرك على أن يسرت لي إتمام هذا البحث على الوجه الذي أرجو أن ترضى به عني، والصلاة والسلام على خير البرية وسيد المرسلين سيدنا محمد خير من صلى وصام وقام صلاة وسلاماً عليك يا سيدي يا رسول الله.

أما بعد،

قد تتناثر الكلمات حبراً وحباً على صحائف الأوراق لكل من علمني ومن أزال غيمة جهل مررت بها برياح العلم الطيبة، ولكل من أعاد رسم ملامحي وتصحيح عثراتي، نحو إتمام هذا العمل المتواضع حتى نهايته، وكانت لهم الوقفات الداعمة التي لولا أن من الله بها علي لما استطعت لذلك سبيلاً.

يسعدني ويشرفني أن أتقدم بخالص الشكر والتقدير والعرفان بالجميل إلى أستاذتي الفاضلة التي كان لي عظيم الشرف أن أتلمذ على يديها الأستاذة الدكتور/ نهلة عبدالقادر هاشم أستاذ ورئيس قسم التربية المقارنة والإدارة التعليمية كلية التربية - جامعة عين شمس، التي لها الفضل - بعد الله تعالى - على البحث والباحث منذ كان الموضوع عنواناً وفكرة إلى أن صار رسالة وبحثاً، وذلك لتفضلها وقبولها الإشراف على هذه الدراسة، صاحبة القاعدة التي نرتكز عليها ونراها القدوة لنا تميزت بشخصية قيادية متواضعة مرنة تعاملت معي بأسلوب راقٍ وبالإجابة عن استفساراتي وإيضاح أي لبس من غير ملل بنفس طيبة، لقد أوقدت في عتمة الجهل شمعة مضيئة، وفتحت لي من مغاليق الأبواب باباً للخير مُشرعاً، فلك من احترامي أصدقته، ومن وفائي أغدقه، ومن شكري أجزله.

كما يسعدني أن أتقدم بخالص شكري وعظيم تقديري للدكتورة / ولاء السيد عبد الله السيد صقر، مدرس التربية المقارنة والإدارة التعليمية بكلية التربية - جامعة عين شمس التي تحملت معي كثيراً من عناء هذا العمل فكانت مخلصّة وأمينّة في إشرافها على الباحث، وضحت بكثير من وقتها وجهدها الثمين معي في سبيل إتمام هذا العمل، وكانت لبصماتها الفنية الطيبة عظيم الأثر الإيجابي في إتمام هذا العمل فلها من الله خير الجزاء ومنى عظيم الشكر والوفاء.

كما يشرفني أن أتقدم بالشكر للأستاذ الدكتور/ ثروت عبد الحميد عبد الحافظ عيسى، أستاذ الإدارة والتخطيط والدراسات المقارنة كلية التربية بنين جامعة الأزهر، على موافقته على مناقشة هذا العمل، وإتاحة الفرصة لي للاستفادة من علمه وخبراته، جزاه الله عني خير الجزاء.

كما أتوجه بأسمى آيات الشكر إلى الأستاذ الدكتور/ محمد طه حنفي، أستاذ التربية المقارنة والإدارة التعليمية المساعد كلية التربية جامعة عين شمس، على موافقته على مناقشة هذا العمل، وإتاحة الفرصة لي للاستفادة من علمه وخبراته، جزاه الله عني خير الجزاء.

وللأساتذة المحكمين أسمى آيات التقدير والعرفان لما بذلوه من جهد في الحكم على أدوات البحث وتقديم الآراء القيمة التي أفادت هذا البحث.

ولا يفوتني أن أتوجه بخالص الشكر والامتنان والتقدير إلى كل من الأستاذ الدكتور/ عادل عبد الفتاح سلامه والدكتورة/ إيمان زغلول راغب، والدكتور/ جمال فخر الدين، والدكتور/ محمد سعيد، وقسمي التربية المقارنة والإدارة التعليمية وأصول التربية وذلك لما قدموه لي من عون صادق، واهتمام بالغ، جزاهم الله عني خير الجزاء، والشكر موصول لا ينقطع إلى كل من انتفعت بعلمه ومعرفته وخبرته، وإلى كل من ساهم وساعد في إنجاز وخروج هذا العمل المتواضع إلى النور، جزيل شكري وامتناني لهم على تعاونهم الصادق معي فلهم في النفس منزلة وإن لم يسع المقام لذكرهم، فهم أهل للفضل والخير والشكر.

ويقتضي الوفاء والعرفان بالفضل أن أتقدم بوافر الحب والامتنان إلى والدي رمز العطاء من كان له قدم السبق في ركب علمي وتعليمي داعيا الله عز وجل أن يمتعه بدوام الصحة والعافية، ولروح والدي الطاهرة ولأخوتي الأعزاء وأسرههم كل تقدير وامتنان، ولزوجتي التي كانت لي نعم السند والعون، ولطالما شجعتني وصبرت وثابرت طوال هذا العمل فجزاها الله عني كل الخير، ولقرة عيني أبنائي الأعزاء وأحفادي أخلص معاني الحب والامتنان ودعواتي لهم بمستقبل مشرق مليء بالنجاحات، كما أهدي شكري لأصدقائي وأهلي وأهل قريتي معصرة أبوصير وكل من لبى دعوتي وشرفني بالحضور لمشاركة هذا اليوم.

وقبل أن أختتم كلامي فإن هذا العمل المتواضع أرجو به وجه الله عز وجل وهو بطبيعة الحال عمل بشري فإن تكاملت فيه بعض أجزائه، فتلك منة من الله وإن كان فيه تقصير وقصور، فإن الكمال لله وحده. وختام حديثي قوله تعالى " وقل رب زدني علماً " وآخر دعوانا أن الحمد لله رب العالمين.

الباحث.

شكر

أشكر السادة الأساتذة الذين قاموا بالإشراف وهم:

أ.د. نهلة عبد القادر هاشم أستاذ ورئيس قسم التربية المقارنة والإدارة التعليمية كلية

التربية- جامعة عين شمس.

د. ولاء السيد عبد الله السيد صقر مدرس بقسم التربية المقارنة والإدارة التعليمية كلية

التربية- جامعة عين شمس.

وكذلك أشكر الأساتذة الذين تعاونوا معي في البحث وهم:

د. إيمان زغلول راغب. باحث مساعد بالمركز القومي للبحوث التربوية والتنمية.

د. جمال فخر الدين. باحث مساعد بالمركز القومي للبحوث التربوية والتنمية.

وأيضاً الهيئات التالية:

قسم التربية المقارنة والإدارة التعليمية كلية التربية- جامعة عين شمس.

المركز القومي للبحوث التربوية والتنمية.

وزارة التربية والتعليم.

محتويات الرسالة

أولاً - قائمة المحتويات

الصفحة	الموضوع
٣٢-١	الفصل الأول: الإطار العام للبحث
٢	مقدمة
١٠	مشكلة البحث
١٤	أهداف البحث
١٤	أهمية البحث
١٥	حدود البحث
١٥	مصادر البحث
١٦	مصطلحات البحث
١٨	الدراسات السابقة
٣١	منهج البحث وأدواته
٣٢	خطوات البحث
٧٠-٣٣	الفصل الثاني: التسويق الإلكتروني للمدارس والمتطلبات الإدارية لتطبيقه (إطار نظري)
٣٥	تمهيد
٦٢ -٣٥	أولاً: التسويق الإلكتروني Electronic Marketing إطار مفاهيمي:
٣٦	١. مفهوم التسويق الإلكتروني.
٣٨	٢. المزيج التسويقي الإلكتروني بالمدرسة E-Marketing Mix.
٤٥	٣. تجزئة السوق والمدرسة Marketing Segmentation .
٥١	٤. أهداف التسويق الإلكتروني وأهميته للمدرسة.
٥٣	٥. التسويق الإلكتروني ومزاياه للمدرسة.
٥٦	٦. إجراءات التسويق الإلكتروني بالمدرسة.
٥٨	٧. طرق التسويق الإلكتروني وأدواته بالمدرسة.
٦٠	٨. التحديات التي تواجه التسويق الإلكتروني بالمدرسة.
٧٠-٦٣	ثانياً: المتطلبات الإدارية اللازمة لتطبيق التسويق الإلكتروني بالمدارس

الصفحة	الموضوع
٦٣	أ- القيادات التعليمية الداعمة لتطبيق التسويق الإلكتروني بالمدارس.
٦٥	ب- تبني الهيكل التنظيمي الملائم لتطبيق التسويق الإلكتروني بالمدارس.
٦٦	ج- الثقافة التنظيمية الداعمة لتطبيق التسويق الإلكتروني بالمدارس.
٦٨	د- إتاحة تقنيات تكنولوجيا المعلومات اللازمة لتطبيق التسويق الإلكتروني بالمدارس.
٦٩	هـ- توفر القدرات والكفاءات البشرية المؤهلة لتطبيق التسويق الإلكتروني بالمدارس.
١٠٢-٧١	الفصل الثالث الواقع الراهن للمدرسة الثانوية الفنية الصناعية بمصر والمتطلبات الإدارية للتسويق الإلكتروني لها (دراسة نظرية)
٧٣	تمهيد
٨٢-٧٤	أولاً: واقع التعليم الثانوي الفني الصناعي في مصر وعلاقته بالتسويق الإلكتروني ويشمل:
٧٥	١. طبيعة وفلسفة التعليم الثانوي الفني الصناعي في مصر.
٧٨	٢. المدرسة الثانوية الفنية الصناعية (نظام الثلاث سنوات) في مصر.
٧٩	٣. أهداف التعليم الثانوي الفني الصناعي في مصر.
٨١	٤. أهمية التعليم الثانوي الفني الصناعي في مصر.
١٠٢-٨٣	ثانياً: مدى توافر المتطلبات الإدارية لتطبيق التسويق الإلكتروني بالمدارس الثانوية الفنية الصناعية بمصر ويشمل:
٨٤	١. القيادات التعليمية (بالمديريات والإدارات التعليمية) الداعمة لتطبيق التسويق الإلكتروني للمدارس الثانوية الفنية الصناعية.
٨٨	٢. الهيكل التنظيمي الملائم لتطبيق التسويق الإلكتروني للمدارس الثانوية الفنية الصناعية.
٩٣	٣. الثقافة التنظيمية الداعمة لتطبيق التسويق الإلكتروني للمدارس الثانوية الفنية الصناعية.
٩٥	٤. تقنيات تكنولوجيا المعلومات اللازمة لتطبيق التسويق الإلكتروني للمدارس الثانوية الفنية الصناعية.
٩٩	٥. القدرات والكفاءات البشرية المؤهلة لتطبيق التسويق الإلكتروني للمدارس الثانوية الفنية الصناعية.
١٤٩-١٠٣	الفصل الرابع المتطلبات الإدارية اللازمة لتطبيق التسويق الإلكتروني للمدرسة الثانوية الصناعية في مصر (دراسة ميدانية)
١٠٤	تمهيد:

الصفحة	الموضوع
١٠٥	أولاً: أهداف الدراسة الميدانية
١٠٥	ثانياً: خطوات إعداد وتطبيق استبيان الدراسة الميدانية.
١٠٥	١- اختيار عينة الدراسة
١١٠	٢- بناء عبارات الاستبيان وصياغة فقراته
١١٠	أ- صياغة الاستبيان في صورته المبدئية.
١١١	ب- صدق الاستبيان
١١١	• صدق المحكمين (الصدق الظاهري).
١١١	• صدق الاتساق الداخلي
١١٤	ج- الاستبيان في صورته النهائية.
١١٦	٣- ثبات الاستبيان
١١٧	٤- إجراءات تطبيق الاستبيان.
١١٨	ثالثاً: الأساليب الإحصائية.
١١٩	رابعاً: نتائج الدراسة الميدانية وتفسيرها
١٥٠-١٦٣	الفصل الخامس تصور مقترح للمتطلبات الإدارية اللازمة للتسويق الإلكتروني للمدرسة الثانوية الفنية الصناعية نظام الثلاث سنوات في مصر وإجراءات تفعيلها
١٥١	تمهيد
١٥٢	المحور الأول : تصميم مخطط للمتطلبات الإدارية اللازمة لتطبيق التسويق الإلكتروني للمدرسة الثانوية الفنية الصناعية في مصر وإجراءات تفعيلها.
١٥٢	أولاً: تقويم الوضع الحالي لإجراءات تفعيل المتطلبات الإدارية اللازمة لتطبيق التسويق الإلكتروني للمدرسة الثانوية الفنية الصناعية في مصر .
١٥٢	حوائب القوة.
١٥٤	حوائب الضعف.
١٥٥	ثانياً : المخطط المبدئي للمتطلبات الإدارية اللازمة لتطبيق التسويق الإلكتروني للمدرسة الثانوية الفنية الصناعية في مصر وإجراءات تفعيلها.
١٥٥	ثالثاً : تحكيم المخطط المبدئي للمتطلبات الإدارية اللازمة لتطبيق التسويق الإلكتروني للمدرسة الثانوية الفنية الصناعية في مصر وإجراءات تفعيلها.
١٥٨	رابعاً: المخطط النهائي للمتطلبات الإدارية اللازمة لتطبيق التسويق الإلكتروني للمدرسة الثانوية الفنية

الصفحة	الموضوع
	الصناعية في مصر وإجراءات تفعيلها.
١٥٩	المحور الثاني: بناء تصور مقترح للمتطلبات الإدارية اللازمة لتطبيق التسويق الإلكتروني للمدرسة الثانوية الفنية الصناعية في مصر وإجراءات تفعيلها
١٥٩	أولاً : منطلقات التصور المقترح.
١٦١	ثانياً : مكونات التصور المقترح.
١٦٩	ثالثاً: معوقات تنفيذ التصور المقترح وسبل التغلب عليها
١٨٨ - ١٧٢	قائمة المراجع
١٧٣	أولاً: المراجع العربية
١٨٤	ثانياً: المراجع الأجنبية

ثانياً - قائمة الملاحق

الصفحة	عنوان الملحق	ملحق
١٩٠	نتائج الدراسة الاستطلاعية Pilot Study	١
١٩٢	الصورة المبدئية لاستبيان الدراسة الميدانية	٢
٢٠١	الصورة النهائية لاستبيان الدراسة الميدانية	٣
٢٠٨	قائمة بأسماء السادة محكمي استبيان الدراسة الميدانية مرتبة أبجدياً	٤
٢١٠	الصورة المبدئية لاستمارة تحكيم التصور المقترح للمتطلبات الإدارية اللازمة لتطبيق التسويق الإلكتروني للمدرسة الثانوية الفنية الصناعية وإجراءات تفعيلها.	٥
٢٢٠	قائمة بأسماء السادة محكمي استمارة (استطلاع رأي الخبراء) حول المتطلبات الإدارية اللازمة لتطبيق التسويق الإلكتروني للمدرسة الثانوية الفنية الصناعية مرتبة أبجدياً.	٦

ثالثاً - قائمة الجداول

الصفحة	عنوان الجدول	جدول
٣٠-١٨	الدراسات السابقة	١
١٠٧	عدد الاستبيانات الموزعة والفاقدة والعائدة والمستبعدة والصالحة	٢
١٠٧	توزيع عينة الدراسة تبعاً لمتغير المحافظة	٣
١٠٩	توزيع عينة الدراسة تبعاً لمتغير الوظيفة	٤
١١٢	المصفوفة الارتباطية بين كل عبارة بالدرجة الكلية للمحور الذي تنتمي إليه	٥
١١٤	معاملات ارتباط درجة كل عبارة بالدرجة الكلية للمحور	٦
١١٥	درجات مقياس ليكرت	٧
١١٧	معاملات الثبات للمحاور وللأداة ككل	٨
١٢٠	نتائج استجابات عينة الدراسة حول المحور الأول : القيادات التعليمية (بالمديريات والإدارات التعليمية) الداعمة للتسويق الإلكتروني	٩
١٢٥	نتائج استجابات عينة الدراسة حول المحور الثاني: تبني الهيكل التنظيمي الملائم لتطبيق التسويق الإلكتروني للمدارس الثانوية الفنية الصناعية.	١٠
١٢٩	نتائج استجابات عينة الدراسة حول المحور الثالث: الثقافة التنظيمية الداعمة لتطبيق التسويق الإلكتروني للمدارس الثانوية الفنية الصناعية.	١١
١٣٤	نتائج استجابات عينة الدراسة حول المحور الرابع: تقنيات تكنولوجيا المعلومات لتطبيق التسويق الإلكتروني للمدارس الثانوية الفنية الصناعية	١٢
١٣٩	نتائج استجابات عينة الدراسة حول المحور الخامس: توافر القدرات والكفاءات البشرية المؤهلة لتطبيق التسويق الإلكتروني للمدارس الثانوية الفنية الصناعية.	١٣
١٤٥	نتائج استجابات العينة لمحاور الاستبيان	١٤
١٤٦	تحليل التباين بين استجابات أفراد العينة تبعاً لمتغير الوظيفة	١٥
١٤٨	نتائج اختبار شيفيه للمقارنات الثنائية البعدية طبقاً لمتغير الوظيفة	١٦

رابعًا - قائمة الأشكال

الصفحة	عنوان الشكل	شكل
٥٩	شكل يبين أدوات التسويق الإلكتروني	١
١٠٨	شكل يبين توزيع عينة الدراسة تبعاً للمحافظة	٢
١٠٩	شكل يبين توزيع عينة الدراسة تبعاً للوظيفة	٣
١٦٢	شكل يبين مكونات التصور المقترح	٤

الفصل الأول

الإطار العام للبحث

الفصل الأول

الإطار العام للبحث

مقدمة:

شهد العالم في السنوات الأخيرة تغيرات جذرية في المحيط الاقتصادي والاجتماعي والسياسي، وما رافق ذلك من ثورة تقنية وتسارع صناعة تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، مما أدى إلى جعل العالم يبدو كقرية صغيرة، وعمل على تغيير الوسائل التقليدية في أداء الأعمال لتحسين المنتجات، ولم يكن التحول الذي شهده العالم في مختلف المجالات بفعل انتشار التكنولوجيا الرقمية بمنأى عن مهنة التسويق التي شهدت هي الأخرى تغيراً ملحوظاً في طبيعتها وآلياتها ومؤهلاتها وفرص نجاحها.

ولقد أصبح التسويق اليوم يمثل اتجاهاً مميزاً لممارسة الأعمال في مختلف المنظمات، فلم يعد مجرد وظيفة أو نشاط بيعي، بل هو مجموعة متناسقة من الأنشطة التي توفر الأسلوب المناسب لتحقيق التكامل بين المنظمة والعميل، والمحافظة على العلاقة بينهما في الأجل الطويل، وفي إطار التكنولوجيا الرقمية تحولت الوظائف التسويقية إلى مفهوم جديد، وباتت تأخذ شكلاً أكثر فاعلية، إلا أنها لم تستبعد أو تتكر نظريات التسويق التقليدية، وإنما استطاعت الاستفادة منها في تطوير وإيجاد حلول لمشاكلها وأبرزت ظاهرة جديدة تسمى "التسويق الإلكتروني"^(١).

وإذا أضيفت صفة الإلكتروني للتسويق فإن الحديث يكون عن بيئة وأدوات يجمع بينها فضاء الإنترنت بكل ما أتاحت من تكنولوجيا للتواصل بين البشر، سواء أكان بريدًا إلكترونيًا أم غيره من الأدوات الإلكترونية، وقد أسهم هذا المفهوم في انطلاق التسويق الإلكتروني في العالم بسرعة مذهلة وحلت أساليب التسويق الإلكترونية محل الكثير من أساليب التسويق التقليدية خاصة في انخفاض تكلفته والتيسير على أطراف عمليات التبادل واختصار الوقت وازدياد قدرته على توسيع السوق، وذلك بالاستعانة بمختلف الأدوات والوسائل المتطورة والتكنولوجيا الحديثة في تنفيذ العمليات والأنشطة التسويقية وتقديم المنتجات عالية الجودة^(٢)، ولا يختلف مفهوم التسويق الإلكتروني عن المفاهيم الأخرى للتسويق إلا فيما

(١) احمد السيد كودي، التسويق الإلكتروني: <http://kenanaonline.com/users/ahmedkordy/posts/321008>، Accessed ٢٠١٧/٥/١٤ Available

(٢) مروة شبل عجيزة، خالد بطي الشمري، (٢٠١٢)، التسويق الإلكتروني في العالم العربي، عمان، دار المنهل للنشر، ص ١٢.