



جامعة عين شمس

كلية التربية

قسم التربية المقارنة والإدارة التعليمية

المتطلبات الإدارية للتسويق الإلكتروني للمدرسة الثانوية الفنية الصناعية في

جمهورية مصر العربية تصور مقترن

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

أ.د. نهلة عبد القادر هاشم

مدرس التربية المقارنة والإدارة التعليمية

أستاذ ورئيس قسم التربية المقارنة والإدارة التعليمية

كلية التربية - جامعة عين شمس

كلية التربية - جامعة عين شمس

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

"وَقُلْ أَعْمَلُوا فَسَيَرَى اللَّهُ عَمَلَكُمْ وَرَسُولُهُ وَالْمُؤْمِنُونَ وَسَتُرَدُّونَ إِلَى عَالَمِ الْغَيْبِ
وَالشَّهَادَةِ فَيُنَبَّئُكُمْ بِمَا كُنْتُمْ تَعْمَلُونَ"

صَدَقَ اللَّهُ الْعَظِيمُ

سورة التوبة الآية رقم (١٠٥)



كلية التربية

قسم التربية المقارنة والإدارة التعليمية

صفحة العنوان

اسم الباحث: ايمان 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: ١٩٨٥ م

سنة المنح: ٢٠١٨ م



كلية التربية

قسم التربية المقارنة والإدارة التعليمية

صفحة الموافقة

اسم الباحث : ايمان جابر حسونه علي.

عنوان الرسالة: المتطلبات الإدارية للتسويق الإلكتروني للمدرسة الثانوية الفنية الصناعية في جمهورية مصر العربية تصور مقترن.

اسم الدرجة : الماجستير في التربية تخصص إدارة تربية.

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.

تاریخ المناقشة: ١٩ / ١٢ / ٢٠١٨ م

الدراسات العليا:

أجيزت الرسالة بتاريخ ختم الإجازة:

٢٠١٩ / /

موافقة مجلس الجامعة موافقة مجلس الكلية

٢٠١٩ / / ٢٠١٩ /

شكر وتقدير

اللهم لك الحمد 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 ربى على نعمك التي لا تُعد، وألائكة التي لا تُحده، أحمدك ربى وأشكرك على أن يسرت لي إتمام هذا البحث على الوجه الذي أرجو أن ترضى به عنى، والصلوة والسلام على خير البرية وسيد المرسلين سيدنا محمد خير من صلى وصام وقام صلاة وسلاماً عليك يا سيدى يا رسول الله.

أما بعد،

قد تتناشر الكلمات حبراً وحباً على صحف 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 على لما استطعت لذلك سبيلاً. يسعدني ويشرفني أن أنقدم بخالص الشكر والتقدير والعرفان بالجميل إلى أستاذتي الفاضلة التي كان لي عظيم الشرف أن ألتلمذ على يديها **الأستاذة الدكتورة/ 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 لنقضلها وقبولها الإشراف على هذه الدراسة، صاحبة القاعدة التي نرتكز عليها ونراها القدوة لنا تميزت بشخصية قيادية متواضعة مرنة تعاملت معى 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، فلما من احترامي أصدقه، ومن وفائي أغدقه، ومن شكري أجزله.

كما يسعدني أن أنقدم بخالص شكري وعظيم تقديرى للدكتورة / **ولاء السيد عبد الله السيد صقر**، مدرس التربية المقارنة والإدارة التعليمية بكلية التربية – جامعة عين شمس التي تحملت معى كثيراً من عناء هذا العمل فكانت مخلصة وأمينة في إشرافها على الباحث، وضحت بكثير من وقتها وجهدها الثمين معى في سبيل إتمام هذا العمل، وكانت بصماتها الفنية الطيبة عظيم الأثر الإيجابي في إتمام هذا العمل فلها من الله خير الجزاء ومنى عظيم الشكر والوفاء.

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

كما أتوجه بأسمي 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 عنى خير الجزاء.

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

ولا يفوتي 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 عنى خير الجزاء، والشكر موصول لا ينقطع إلى كل من انتفعوا بعلمه ومعرفته وخبرته، وإلى كل من ساهم وساعد في إنجاز وخروج هذا العمل المتواضع إلى النور، جزيل شكري وامتناني لهم على تعاونهم الصادق معى فلهم في النفس منزلة وإن لم يسع المقام لذكرهم، فهم أهل للفضل والخير والشكر. ويقتضي الوفاء والعرفان بالفضل أن أقدم بوافر الحب والامتنان إلى **والدي** رمز العطاء من كان له قدم السبق في ركب علمي وتعليمي داعيا الله عز وجل أن يتمتعه بدوام الصحة والعافية، ولروح **والدتي الطاهرة** ولأخوتي الأعزاء وأسرهم كل تقدير وامتنان، ولزوجتي التي كانت لي نعم السند والعون، ولطالما شجعتي وصبرت وثابتت طوال هذا العمل فجزاها الله عنى كل الخير، ولقرة عيني **أبنائي الأعزاء وأحفادي** أخلص معاني الحب والامتنان ودعواتي لهم بمستقبل مشرق مليء بالنجاحات، كما أهدي شكري لأصدقاء 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 بشرى فإن تكاملت فيه بعض أجزاءه، فلتاك منه من الله وإن كان فيه تقصير وقصور، فإن الكمال لله وحده. وختام حديثي قوله تعالى " **وقل رب زدني علمًا**" 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 الازمة 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 الازمة لتطبيق التسويق الإلكتروني بالمدارس.
٦٩	هـ- توفر القدرات والكفاءات البشرية المؤهلة لتطبيق التسويق الإلكتروني بالمدارس.
١٠٢-٧١	<p style="text-align: center;">الفصل الثالث</p> <p style="text-align: center;">الواقع الراهن للمدرسة الثانوية الفنية الصناعية بمصر والمتطلبات الإدارية للتسويق الإلكتروني لها (دراسة نظرية)</p>
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 الازمة لتطبيق التسويق الإلكتروني للمدارس الثانوية الفنية الصناعية.
٩٩	٥. القدرات والكفاءات البشرية المؤهلة لتطبيق التسويق الإلكتروني للمدارس الثانوية الفنية الصناعية.
١٤٩-١٠٣	<p style="text-align: center;">الفصل الرابع</p> <p style="text-align: center;">المتطلبات الإدارية الازمة لتطبيق التسويق الإلكتروني للمدرسة الثانوية الصناعية في مصر (دراسة ميدانية)</p>
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	٣- صياغة الاستبيان في صورته المبدئية.
١١١	ب- صدق الاستبيان
١١١	• صدق المحكمين (الصدق الظاهري).
١١١	• صدق الأساق الداخلي
١١٤	ج- الاستبيان في صورته النهائية.
١١٦	٤- ثبات الاستبيان
١١٧	٤- إجراءات تطبيق الاستبيان.
١١٨	ثالثاً: الأساليب الإحصائية.
١١٩	رابعاً: نتائج الدراسة الميدانية وتفسيرها
١٦٣-١٥٠	<p style="text-align: center;">الفصل الخامس</p> <p style="text-align: center;">تصور مقترح للمتطلبات الإدارية الالزمة للتسويق الإلكتروني للمدرسة الثانوية الفنية الصناعية</p> <p style="text-align: center;">نظام الثلاث سنوات في مصر وإجراءات تفعيلها</p>
١٥١	تمهيد
١٥٢	المحور الأول : تصميم مخطط للمتطلبات الإدارية الالزمة لتطبيق التسويق الإلكتروني للمدرسة الثانوية الفنية الصناعية في مصر وإجراءات تفعيلها.
١٥٢	أولاً: تقويم الوضع الحالي لإجراءات تفعيل المتطلبات الإدارية الالزمة لتطبيق التسويق الإلكتروني للمدرسة الثانوية الفنية الصناعية في مصر.
١٥٢	حوانب القوة.
١٥٤	حوانب الضعف.
١٥٥	ثانياً: المخطط المبدئي للمتطلبات الإدارية الالزمة لتطبيق التسويق الإلكتروني للمدرسة الثانوية الفنية الصناعية في مصر وإجراءات تفعيلها.
١٥٥	ثالثاً: تحكيم المخطط المبدئي للمتطلبات الإدارية الالزمة لتطبيق التسويق الإلكتروني للمدرسة الثانوية الفنية الصناعية في مصر وإجراءات تفعيلها.
١٥٨	رابعاً: المخطط النهائي للمتطلبات الإدارية الالزمة لتطبيق التسويق الإلكتروني للمدرسة الثانوية الفنية

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

ثانيًا – 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 لاستماراة تحكيم التصور المقترن للمتطلبات الإدارية الالزمة لتطبيق التسويق الإلكتروني للمدرسة الثانوية الفنية الصناعية وإجراءات تفعيلها.	٥
٢٢٠	قائمة بأسماء السادة محكمي استماراة (استطلاع رأي الخبراء) حول المتطلبات الإدارية الالزمة 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 تنتهي 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 شيفيّه للمقارنات الثنائيّة البعدية طبقاً لمتغير الوظيفة	١٦

رابعاً - 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 المقترن	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 شهدته 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 اتجاهًا مميزًا 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 تترك 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 تحته من تكنولوجيا للتواصل بين البشر، سواء أكان بريداً إلكترونياً 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 المتقدمة 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 كردي، التسويق الإلكتروني: <http://kenanaonline.com/users/ahmedkordy/posts/321008> Accessed ٢٠١٧/٥/١٤ Available

(٢) مروة شبل عجيبة ، خالد بطى الشمرى، (٢٠١٢) ، التسويق الإلكتروني في العالم العربي، عمان، دار المنهل للنشر ، ص ١٢ .