

موديول رقمى قائم على التعلم البنائى لبايبي فى مجال التسويق
لتنمية مفاهيم تسويق المنتجات التأمينية
لطلاب التعليم الفنى التجارى.

إعداد

أ / محمود أبو بكر محمد خطاب

أ.د / فاتن عبد المجيد السعودى فوده
أستاذ بقسم المناهج وطرق تدريس العلوم التجارية
كلية التربية - جامعة طنطا

٢٠١٩

موديول رقمى قائم على نموذج التعلم البنائى لبايىى لتنمية مفاهيم تسويق المنتجات
التأمينية لطلاب التعليم الفنى التجارى
إعداد

أ / محمود أبو بكر محمد خطاب

أ.د / فاتن عبد المجيد السعودى فوده

أستاذ بقسم المناهج وطرق تدريس العلوم التجارية
كلية التربية - جامعة طنطا

الملخص:

هدف البحث الحالى إلى تصميم موديول رقمى فى مجال تسويق التأمينات، وقياس فاعليته فى تنمية مفاهيم تسويق المنتجات التأمينية لدى طلاب التعليم الفنى التجارى. ولتحقيق هذا الهدف فقد تم استخدام مزيج من إجراءات منهج البحث الوصفى، وشبه التجريبي. ولتحديد مفاهيم تسويق المنتجات التأمينية لطلاب الصف الثالث الثانوى التجارى بالمدارس الثانوية التجارية نظام الثلاث سنوات شعبة التأمينات، ولقياس المتغير التابع تم إعداد اختبار لقياس المفاهيم المرتبطة بمهارات تسويق المنتجات التأمينية، كما صمم الباحثان التصور المقترح للموديول الرقمى، ثم تم إعداد المحتوى التفصيلى للموديول بحيث تضمنت ٨ موضوعات، وقد تم تطبيق هذه الأدوات على عينة من طلاب الصف الثالث الثانوى التجارى شعبة تأمينات، بلغ حجمها (١٨) طالبة كمجموعة تجريبية، (٢٤) كمجموعة ضابطة، وقد أظهرت نتائج التجريب وجود فرق ذو دلالة إحصائية بين المجموعتين التجريبية والضابطة فى اختبار المفاهيم، والفرق لصالح المجموعة التجريبية. وفى ضوء ما توصل إليه البحث من نتائج قدم البحث مجموعة من التوصيات والمقترحات التربوية لتعميم نتائجه.

الكلمات المفتاحية: الموديول الرقمى - مفاهيم تسويق المنتجات التأمينية - التعليم الفنى التجارى.

A Digitized Module based on Bybee's Constructive Learning Model to Develop Insurance Products Marketing Concepts for Commercial School Learners

Prepared by

Faten Abdel magied El souly Fouda

Prof. of Curriculum & Instruction of Business Education

College of Education, Tanta University

Mahmoud Abo baker

alghaatab

Abstract:

This research aimed at designing a digital module in insurance product field based on a constructive learning model (Bybee's 5Es) and measure its impact on developing the major concepts of this field among commercial school learners. To achieve this purpose, a mixed research (descriptive and semi-experimental) approach was conducted through three steps: 1) identifying the major concepts of insurance product marketing needed for the grade three's secondary school learners - insurance section; 2) develop a digital module based on Bybee's 5E model; 3) apply a test to measure the major concepts of insurance product marketing. The developed digital module consisted of 8 major lessons reflecting the major concepts. To validate this module, the researcher adopted an intake group design by selecting a sample of 42 learners from the target population. This group was divided into: experimental group (18 learners) and control group (24 learners). The experimental group exposed to the treatment variable (the digitized module) whereas, the control group did not. The main finding of this experiment revealed a significance mean differences in the achievement test. These differences were in favor of the experimental group. As per this finding, a set of educational and policy recommendations were highlighted and proposed.

Keywords:

Digital learning, Constructive Learning, Bybee 5Es, Insurance concepts, commercial schools

مقدمة:

يعد التعليم الفنى التجارى باعتباره أحد فروع التعليم الفنى الذى يساعد فى اعداد القوى البشرية العاملة المدربة تدريباً جيداً لمواجهة احتياجات سوق العمل فى تطور مستمر ومتلاحق فى سباق مع الزمن حتى يمكن مواكبة التقدم المذهل فى التكنولوجيا التى تجتاح العالم بما ينذر بالخطر على المتكاسلين أو المتهاونين أنهم لن يجدوا لأنفسهم موضع قدم بين دول العالم المتحضر. (وزارة التربية والتعليم، ٢٠١٦)

ويسهم التعليم التجارى بدور أساسى فى تحقيق التنمية الاقتصادية والاجتماعية للمجتمع، اذ يهدف الى تزويد الطلاب بالمعارف والمهارات والاتجاهات التى تؤهلهم لمزاولة الأعمال المالية والتجارية واعداد الكوادر الفنية اللازمة للعمل فى البنوك والشركات، والوحدات الحاسبية بالادارات الحكومية بما يتلائم و الحاجات المتطورة للمجتمع. (فوده ، ١٩٩٩ :٢).

ويعد مقرر فن الانتاج فى التأمين من المناهج التجارية التى يدرسها طلاب المدارس الثانوية التجارية شعبة التأمينات والذى يهدف الى تعريف الطلاب بأهمية جهاز الانتاج فى شركات التأمين ويقارن بين مفهوم التشريعات المنظمة لعمل المنتجين و قواعد عملهم ونجاح عناصر الجهاز الانتاجى والخدمات التى يقدمها بشركات التأمين وكيفية تأهيل المنتجين الجدد واعدادهم الاعداد الجي؛ بالاضافة إلى معرفة دورة حياة المنتج التأمينى والاستراتيجيات التسويقية للمنتجات التأمينية ومعرفة تسعيرها والمقارنة بين قنوات التوزيع الخاصة بها، وفى مثل هذه الظروف تعتبر المعرفة لعلم فن الانتاج فى التأمين ضرورة حيوية لكل مواطن حتى يستطيع أن يتابع الأحداث والتطورات العامة ويشارك فيها مشاركة فعالة. (وزارة التربية والتعليم، ٢٠١٣ : ١٧١-١٧٢)

ترجع أهمية التأمين كونه أداة تقوم بتوفير الأمن للأفراد والمنشآت عن طريق توفير الحماية التأمينية لهم من الأخطار التى يواجهونها بواسطة شركة التأمين التى لها القدرة

على التكامل مع هذه الأخطار وأداة اقتصادية تقوم بالمحافظة على رأس المال وتعويض الضرر الذى يلحق بالأفراد و الشركات؛ مما يحفزهم فى استثمار أموالهم داخل المجتمع بدلاً من اكتنازها و تجميدها وحرمان المجتمع من استغلالها فى مشروعات تدر نفعاً على أفرادها. (على وجاويش، ٢٠٠٣ : ١٣)

وفى هذا السياق أشارت دراسة عفيفى (٢٠٠٩-٨٧-٨٨) أن التأمين يعتبر وسيلة مهمة من وسائل الائتمان سواء كان ذلك بالنسبة للفرد أو الجماعة حيث أنه يعمل على توسيع الائتمان وتدعيم الثقة التجارية وزيادة الكفاية الانتاجية فى البيئة من استقرار للمشروعات، واصحاب الأعمال والعاملين فى كافة القطاعات وبيث الشعور بالأمن والأمان فى نفوس المؤمن لهم كما أشار عثمان (٢٠٠٠) أن التأمين من أهم الدعامات التى يقوم عليها تقدم الأمم لأن وجوده يساعد على ازدهار الحياة الاقتصادية والاجتماعية.

وأشارت دراسة فوده (٢٠١٢) أن عملية تعلم المفاهيم تُعد من أهم الأهداف التربوية فى جميع مستويات التعلم، ومن المسلم به أن المفاهيم لا تتكون دفعة واحدة لدى المتعلم، بل إنها تمر بعدة عمليات، وعدة مراحل، وتعتبر عملية تكوين المفهوم مرحلة أولى فى تنمية المفهوم والتى يبنى عليها مراحل أخرى.

وتُعد الحقائق والمفاهيم التسويقية اللبنة الأولى التى يبنى عليها كافة المبادئ والتعميمات والسياسات التسويقية، وتطبيقاتها، ولكون المفاهيم التسويقية عنصراً أساسياً فى بنية مقررات التسويق عامةً وتسويق التأمينات خاصةً، فقد اهتمت بعض الدراسات بتطوير المناهج التجارية مثل: دراسة عثمان (١٩٩٧)، ودراسة اليمانى (٢٠٠٦)، ودراسة عبد المقصود (٢٠٠٣)، ودراسة مبارز (٢٠٠٤، ٢٠٠٠) حيث أكدت هذه الدراسات أهمية المفاهيم، والاهتمام بتدريسها إلا أنها لم تحاول تطوير تدريسها بدمج الأساليب المباشرة و غير المباشرة بما يتمشى مع طبيعتها، وخصائصها، ومع التطورات التكنولوجية من خلال التفاعل مع الأنشطة الإلكترونية لتنمية المفاهيم التسويقية للتأمينات

بخصائصها، وإدراك العلاقات والروابط بين الرئيسى والفرعى منها، وكذلك تحسين الدافعية نحو التعلم الذاتى.

و بالرغم من أهمية مقرر فن الانتاج فى التامين لطلاب المدارس الثانوية التجارية شعبة تامينات الا أن تدريسه يفتقر الى شموله على أنشطة واساليب تعليمية تساعد الطلاب على اكتساب المفاهيم والمهارات. وباتت فلسفة تصميم المناهج الدراسية و التخطيط لتدريسها امراً حتمياً بصفه عامه للطلاب حيث تقدم بطريقة يسهل عليهم تعلمها نظراً لأنها مواد جافة وغير مشوقه ودخول الطلاب إلى تلك التخصصات جبراً والتركيز على الحفظ و التلقين دون فهم وعدم معرفه لكيفية تطبيق المفاهيم الأساسية؛ مما يؤدي الى ضرور ترابط بين ما يدرس فى المقرر الدراسى وواقع الحياة على اختلاف مراحل التعليم التجارى متوسط أو متقدم لأننا نعيش عصر ثورة تكنولوجية أى تغير شامل فى حياة الأمم و الشعوب تؤمن بفلسفة التغيير وتجعل التطور أهم اهدافها القومية، وهذا ما أكدته العديد من البحوث و الدراسات السابقة منها (فوده ، ١٩٩٩ ، خيرى ، ٢٠٠٧ ؛ عبدالعزيز ، ٢٠٠٨ ، عثمان ، ٢٠٠٨ ، فوده، ٢٠١٢)

وتُعد الموديولات الرقمية من مصادر التعلم الملائمة للتعلم الذاتى فمن خلالها يتم تنظيم المادة الدراسية وتقسيمها الى وحدات تعليمية صغيرة يسهل على المتعلم تعلمها في وقت أقل، وقد أوصت العديد من الدراسات التى اهتمت بالموديولات التعليمية فى تحقيق الاهداف المحدده لها. (سرايا ٢٠٠٩) (السقا، ٢٠١٥).

ونظراً لأهمية النظرية البنائية فى التعلم والأثر الذى تركته فى المناهج والكتب المدرسية و الطرائق التعليمية فننا نشعر بحاجة ماسة لضرورة استخدامها لأنها تحول المتعلمين الى ناشطين فعليين عن طريق بناء ارتباطات وعلاقات داخلية بين الأفكار والوقائع التى يتعلمونها؛ بالاضافة الى بناء ارتباطات خارجية بين المعلومات الجديدة من جهة والمعلومات السابقة المكتسبة من جهة أخرى لتصبح مفهومة وذات معنى، وذلك من

خلال التكييف والتمثيل و الاستيعاب والموائمة والتوازن والتنظيم كما وضعها جان بياجيه.
(عوكر، ٢٠٠٠، ٢٢١)

ومن تطور النظرية البنائية ظهر النموذج المعدل لدورة التعلم الذى بدأ بثلاث مراحل مأخوذة من أفكار جان بياجيه فى مجال التدريس بواسطة اتكن و كاريلس و آخرين، وهى مرحلة الاستكشاف ومرحلة الابداع المفاهيمى ومرحلة الاتساع المفاهيمى، ثم اربعة عند ابليتون وهى فرز الأفكار التى بحوزة المتعلم ومعالجة المعلومات والبحث عن المعلومات والسياق المجتمعى ثم خمسة بواسطة تروبردج و بايبي، وهى مرحلة التشويق وشد الانتباه (الاشترك)، ثم مرحلة الاستكشاف، ثم مرحلة التفسير ومرحلة التوسع و التفكير التفصيلى وأخيراً مرحلة التقييم. (زيتون و زيتون، ٢٠٠٣، ٢٠١٢ - ٢٢١)

وأكدت الكثير من الدراسات على أهمية نموذج التعلم لبيايبي فى تصميم التدريس، ومنها: دراسة ساريباس وباريام (Seribas & Bayram, 2010) أثبتت فعاليته فى تنمية مهارات عمليات العلم واتجاهات الطلاب نحو مادة الكيمياء، ودراسة فوده (٢٠٠٧) التى أثبتت فعاليته فى تنمية مهارات التفكير والذكاء الاجتماعى فى مجال البيع والتوزيع، ودراسة العمرى والعمرى (٢٠١٠)، والذى أكد على فعاليته من خلال الحقائق التعليمية فى تحصيل مادة العلوم والاحتفاظ بها.

الاحساس بمشكلة البحث:

نبعت مشكلة البحث الحالى من خلال المبررات الآتية :

أولاً : توصيات العديد من الدراسات المرتبطة بالتأمين و تسويق المنتجات التأمينية :

دراسة الهدلة و حسن (٢٠١٠) و التى أوصت بأهمية دراسة التسويق الخاص بالمنتجات التأمينية، ودراسة عماره (٢٠٠٩)، والتى أكدت على أهمية دراسة تسويق منتجات التأمين، كما أكدت دراسة عبود (٢٠١١) على تسليط الضوء على دراسة

التجارة الالكترونية ومدى امكانية تطبيقها في مجال التأمين؛ بالإضافة إلى دراسة على (٢٠٠٦) التي تبين أهمية دراسة استراتيجيات تسويق المنتجات التأمينية. **ثانياً: نتائج وتوصيات العديد من الدراسات المرتبطة بالاهتمام بالموديولات التعليمية:**

تنوعت الدراسات والبحوث التي اهتمت باستخدام الموديولات التعليمية في تحقيق بعض الأهداف التعليمية، ومنها: دراسات إهتمت ببناء برامج لاعداد وتدريب المعلم على أساس الكفايات، ومنها: دراسات إهتمت ببناء برامج تعليمية مستخدمة الموديولات التعليمية منها: دراسة عمر (٢٠١٠) التي أكدت على ضرورة إعادة النظر في بناء البرامج التعليمية باستخدام الموديولات التعليمية كبناء تنظيمي فعال في تحقيق الأهداف التعليمية المنشودة سواء في المرحلة الثانوية أم مرحلة اعداد المعلم أثناء الخدمة، وتدريب الطلاب على اكتساب الثقافة بأنفسهم وحسب قدراتهم الشخصية، ودراسة عبدالرحيم (٢٠٠٢) التي أكدت على تنمية الاتجاه نحو التعلم الذاتي لدى طلاب المرحلة الثانوية عن طريق برنامج تعليمي باستخدام الحاسب الآلي وتأثيره على التحصيل الدراسي وتنمية الاتجاه نحو التعلم.

و دراسة السقا (٢٠١٥) أكدت على أن الوحدة التي تم صياغتها في ضوء الموديول الرقمي مستخدماً أدوات ويب (2.0) قد حققت أثر في تنمية الفهم التاريخي، وزيادة الاتجاه نحو التعلم الرقمي لدى تلميذات الصف الثالث الاعدادي، ودراسة الجزار (٢٠١٦) في مجال الاستثمار، وفوده وابو الخير (٢٠١٦) في مجال المهارات المصرفية.

ثالثاً: نتائج وتوصيات العديد من الدراسات التي اهتمت باستخدام نموذج التعلم البنائي ذو المراحل الخمسة لبايبي: منها دراسة عزى (٢٠٠٦) التي توصلت الى فاعلية استخدام دائرة التعلم في تعديل الفهم الخطأ لبعض المفاهيم العلمية والكيميائية لدى تلميذات الصف السابع الأساسى باليمن، ودراسة عبد الحافظ (٢٠١١) التي توصلت الى استخدام نموذج بايبي البنائي في تدريس مادة العلوم على تعديل التصورات

البديلة حول بعض المفاهيم العلمية وتنمية عمليات العلم الأساسية لدى تلاميذ الصف الأول الاعدادي بولاية صور بسلطنة عمان، ودراسة فودة (٢٠٠٧) التي توصلت الى فعالية استخدام بعض نماذج التعلم البنائي على تنمية مهارات التفكير والذكاء الاجتماعي في اداء مهارات البيع و التوزيع لدى طلاب مدارس الادارة و الخدمات، واتفقت مع دراسات اجريت في مجالات معرفية اخرى مثل: العلوم والجغرافيا منها: دراسة السيد (٢٠٠١)، ودراسة خطيبية و البدر (٢٠٠٦) ودراسة حافظ (٢٠٠٧)، الجرف (٢٠٠٩) ، وساريباس وباريام seribas&Byran (٢٠١٠)، العمرى والعمرى (٢٠١٠)، الجنيني (٢٠٠٩)، الباتع وعبد المولى (٢٠٠٩)، السلاموني (٢٠٠٦)، عبدالعزيز (٢٠١٠) السقا (٢٠١٥) فارس (٢٠١٢) ، الكندرى (٢٠٠٨)، الحمدانى (٢٠١٠)، ونوبى (٢٠١٠)، السيد (٢٠١٢) ، بوحمد (٢٠١٢) ، المطيرى (٢٠١٣).

رابعاً : مقابلات مع المعلمين والطلاب بالمدارس الثانوية التجارية شعبة التأمينات للتعرف على نواحي القصور والضعف ومشكلات الطلاب، وكيفية تدريس مادة فن الانتاج والتأمين اتضح للباحثان ما يلى:

١- أن معظم الطلاب لديهم قصور فى فهم المقرر خاصةً وحدة تسويق المنتجات، رغم أهمية المقرر حيث أن التأمين يعتبر مصدراً هاماً من مصادر التنمية الاقتصادية و الاجتماعية بما يقدمه من خدمات تتمثل فى تنمية المدخرات و الاستثمارات الوطنية من ناحية وحماية الأفراد و المشروعات من ناحية ثانية و الوفاء بالمسئوليات من خلال التزامه بسداد المستحقات التعويضية لحاملى وثائق التأمين حال تحقيق الأخطار إلا أن الطلاب ليس لديهم وعى بالمفاهيم التأمينية، والمفاهيم المرتبطة بتسويق المنتجات التأمينية.

٢- عدم توظيف وسائل متعددة كافية فى التدريس لتعلم الطلاب مفاهيم و مهارات تسويق الخدمات التأمينية مثل: التأمين، والخدمات التأمينية، ومفاهيم التسويق و

التسعين والتسوق الإلكتروني، وقنوات التوزيع المباشرة و غير المباشرة والحديثة، وهذا يؤثر على الطلاب بعد التخرج و الالتحاق بسوق العمل حيث أنه مجال عملهم.

٣- ملاحظة الأداء التدريسي للمعلم اتضح منها استخدامه لطرق تدريس تقليدية؛ بالإضافة الي عدم استخدام التكنولوجيا في التدريس؛ مما يجعل تدريس المقرر ممل وغير مجدي لتحقيق أهداف المادة.

خامساً: إجراء دراسة استطلاعية على عينة من طلاب الصف الثالث شعبية تأمينات في مادة فن الانتاج في التأمين لـ ٣٥ طالب، وبتطبيق عليهم اختبار اتضح منها: عدم فهم الطلاب للمصطلحات والمعارف الخاصة بوحدة تسويق المنتجات التأمينية.

وحيث أن من أهداف التعليم الفني بصفة عامة والتعليم التجارى بصفة خاصة الاعداد الانسانى للطلاب ليكونوا مواطنين صالحين لأنفسهم ومجتمعهم واعداد القوى العاملة الفنية المدربة للعمل فى أحد المجالات التجارية، وتأهيل الطلاب ليتمكنوا بعد تخرجهم من استمرارية التعلم لرفع مستواهم العلمى، والمهنى والارتقاء بمستواهم فى مجالات العمل التخصصية فى المساهمة فى الانتاج القومى وإتاحة الفرصة للعماله المصرية لتحسين مستوياتها المهارية والفنية والثقافية من خلال نظام العمال و الاستفادة من خبرات و تجارب الدول المتقدمة فى نظمها التعليمية والتعاون معها. (وزارة التربية والتعليم ، ٢٠١٦)؛ وبالتالي تظهر الحاجة إلى إجراء هذا البحث الذى يهدف إلى تصميم تعليم موضوعات تسويق المنتجات التأمينية فى مقرر فن الانتاج بشكل رقمى لإعداد الطلاب لسوق العمل.

مشكلة البحث:

تحددت مشكلة البحث في ضعف مستوى طلاب المدارس الثانوية التجارية شعبه تأمينات في تحصيل مفاهيم تسويق المنتجات التأمينية لمادة فن الإنتاج و التأمين واللازمة لسوق العمل.

أسئلة البحث :

١- ما مفاهيم تسويق المنتجات التأمينية اللازم توافرها لدى طلاب التعليم الفني التجاري؟

٢- ما التصور المقترح لموديول رقمى قائم على نموذج التعلم البنائى لبايبي فى مجال تسويق المنتجات التأمينية لطلاب التعليم الفني التجاري؟

٣- ما فاعلية الموديول الرقمى القائم على نموذج التعلم البنائى لبايبي فى تنمية مفاهيم تسويق المنتجات التأمينية لطلاب التعليم الفني التجاري؟

حدود البحث :

اقتصر البحث الحالى على:

- وحدة تسويق المنتجات التأمينية بمقرر فن الانتاج بالمدارس الثانوية التجارية شعبة التأمينات.

- تجريب الموديول الرقمى على عينة من طلاب الصف الثالث الثانوي التجاري نظام الثلاث سنوات، شعبة التأمينات.

الفروض البحثية:

- يؤدى الموديول الرقمى القائم على نموذج التعلم البنائى لبايبي إلى تنمية مفاهيم تسويق المنتجات التأمينية لدي طلاب التعليم الفني التجاري.

الفروض الإحصائية:

- ١- يوجد فرق ذو دلالة إحصائية بين المتوسطات المعدلة لدرجات طلاب المجموعة التجريبية والضابطة في اختبار تحصيل مفاهيم تسويق المنتجات التأمينية ككل، وعند مستويات (التذكر - الفهم - التطبيق) لصالح المجموعة التجريبية

أهداف البحث:

استهدف البحث الحالى ما يلى:

- ١- تحديد قائمة مفاهيم تسويق المنتجات التأمينية لطلاب التعليم الفنى التجارى.
- ٢- تصميم الموديول الرقوى فى مجال تسويق التأمينات لدى طلاب التعليم الفنى التجارى.
- ٣- الكشف عن فاعلية الموديول الرقوى القائم على نموذج التعلم البنائى لبايبي فى تنمية مفاهيم تسويق المنتجات التأمينية لدى طلاب التعليم الفنى التجارى.

أهمية البحث :

قد يساهم هذا البحث فى :

- ١- إعداد كوادر مؤهلة للعمل بمجال تسويق التأمينات فى شركات التأمينات.
- ٢- تقديم نموذج استرشادى لمعلمى العلوم التجارية لكيفية تصميم موديولات رقمية وتقديمها للطلاب فى مختلف المقررات التجارية.
- ٣- مسايرة الاتجاهات التربوية الحديثة للارتقاء بمستوى التعلم من خلال تفعيل مستحدثات التكنولوجيا فى تدريس العلوم التجارية.

متغيرات البحث:

يتضمن البحث الحالى المتغيرات التالية:

- ١- المتغير المستقل: الموديول الرقوى القائم على نموذج التعلم البنائى لبايبي فى مجال تسويق التأمينات.
- ٢- المتغير التابع: مفاهيم تسويق المنتجات التأمينية.

مصطلحات البحث:

الموديول الرقمي Digital Model:

يُعرف الموديول التعليمي بأنه وحدة مصغرة تضم مجموعة من نشاطات التعليم والتعلم رُوعي في تصميمها أن تكون مكثفيه بذاتها لكي تُساعد الطالب على تحقيق أهداف تعليمية محددة تحديداً جيداً. (الشرييني والطناوى، ٢٠١١)

وفي ضوء ما أشار إليه كلٍ من عبد العزيز (٢٠١٠)، البقالى (٢٠١٢) يُعرف الموديول الرقمى بأنه وحدة تعليمية صغيرة ضمن مجموعة وحدات تشكل برنامجاً تعليمياً يعتمد على مدخل التعلم الذاتى، ويقدم المحتوى من خلال العديد من الوسائط التكنولوجية التفاعلية.

ويُعرف اجرائياً بأنه مجموعة دروس الكترونية تشكل برنامجاً تعليمياً مصمم ليدرس وفق نموذج بايبي للتعلم البنائى لتنمية مفاهيم تسويق المنتجات التأمينية لدى طالبات التعليم الفنى التجارى شعبة تأمينات مشتمل على محتوى مفاهيم التسويق التأمينى، والأنشطة التعليمية المتنوعة المدعمة بالوسائط التعليمية والبرامج التكنولوجية التفاعلية من نصوص، وصور بأنوعها، ولقطات الفيديو، والتغذية الراجعة التصحيحية، وأساليب التقويم.

المفهوم: Concept:

من خلال دراسة العديد من الأدبيات التى تناولت تعريف المفهوم، والتى منها حسن زيتون(٢٠٠٣)، و جاكوبسن وآخرون ,et al Jacobsen (١٩٩٧) ، يُعرف البحث الحالي المفهوم بأنه : مجموعة الصفات أو الخواص المشتركة لشيء ما يعبر عنها بمصطلح، وهذه الصفات أو الخصائص هى التى تجعل شيئاً ما عنصراً في مجموعة الأشياء التى يدل عليها هذا المصطلح.

المفاهيم التسويقية التأمينية Insurance Products Marketing Concepts

فى ضوء ما سبق يمكن تحديد التعريف الإجرائى للمفاهيم التسويقية التأمينية بأنها تصور عقلى يتم بناؤه عن طريق تمييز العلاقات، والخصائص المشتركة بين ظواهر

وأحداث الخدمات التأمينية وتصنيفها، لتعطى اسماً أو مصطلحاً مثل: مفهوم التأمين - المنتجات التأمينية - تسويق الخدمات التأمينية، التوزيع المباشر.

ثانياً أدبيات البحث:

إن للمفاهيم أهمية بالنسبة لبنية العلم، فهي النسيج الذى يربط حقائق العلم ومكوناته، ويعطيها معنى أعمق، و استخدام تكنولوجيا الاتصالات فى مجال التعليم قد غير - ومازال يغير - من الطرق التى يعلم بها المعلم، وقد حسن من قدرة المتعلم على التعلم مدى الحياة، الذى يعد مطلباً وملماً جوهرياً من ملامح العصر الرقمى. وفيما يلى عرضاً للإطار النظرى للبحث وفقاً للمحاور التالية:

المحور الأول: مفاهيم تسويق المنتجات التسويقية

المحور الثانى: الموديول الرقمى وفق نموذج التعلم البنائى لبيبايى وفيما يلى شرحاً لهذه المحاور:

مفهوم التأمين : Definition of Insurance

يُعرفه سالم (٢٠١٥ ، ٣١) بأنه عملية بمقتضاها يحصل أحد الأطراف، وهو المؤمن له نظير دفع قسط على تعهد لصالحه أو لصالح الغير من الطرف الآخر، وهو المؤمن بمقتضى ذلك التعهد أداءً معيناً عند حدوث خطر معين، وذلك بأن يأخذ على عاتقه مهمة تجميع مجموعة من المخاطر واجراء المقاصة بينها وفقاً لقوانين الاحصاء.

تسويق التأمين:

هو نشاط انسانى يهدف أساساً الى اشباع حاجات و رغبات العملاء من الوثائق التأمينية المختلفة من خلال عمليات متبادلة.

المزيج التسويقي Marketing mix

كما أشار إليه كل من معلا ، توفيق (٢٠٠٣ ، ٣٠٨) عبيدات (٢٠٠٦ ، ٥٢٣) هو تلك المتغيرات التسويقية التي تتحكم فيها إدارة المؤسسة المنتجة و تستخدمها لتحقيق الأهداف التسويقية ويطلق عليها 4 p's حيث تبدأ كل منها بحرف p، وهذه المتغيرات:

أ- المنتج product

ب- السعر price

ج- المكان (التوزيع) place

د- الترويج promotion

أ- مفهوم المنتجات التأمينية: Definition of Tamino Products:

يُعرفها كوتلر، ارمسترونج (Kotler, Aemstrong, 2004) بأنها نشاط أو منفعة يقدمها طرف الى طرف آخر، وتكون فى الأساس غير ملموسة أو غير مادية، ولا يترتب عليها أية ملكية، تقديم الخدمة، وقد يكون مرتبط بمنتج مادي أو لا يكون. أما لوفيلوك (Lovelock, 2004) عرفتها بأنها عبارة عن منفعة مدركة بالحواس، قائمة بحد ذاتها أو مرتبطة بشئ مادي ملموس، وتكون قابلة للتبادل، ولا يترتب عليها ملكية، وهي فى الغالب غير ملموسة.

من التعريفات السابقة نستخلص ما يلى:

- ١- أن المنتج التأمينى منتج تسوقه وتنتجه شركة التأمين، يهدف الى تلبية احتياجات و رغبات العميل التأمينية.
- ٢- موجه ضد المخاطر المحتمله الوقوع فى المستقبل (سبب احتمالى)، و كذلك الخسائر الشخصية أو الممتلكات والمسئولية تجاه الغير.
- ٣- نشاط خاضع للمبادلة ولا ينتج عنه نقل ملكية.
- ٤- عملية التبادل ينتج عنها امتلاك وثيقة التأمين التي تثبت حق العميل فى الاستفادة من المنتجات التأمينية وفق المتفق عليه فى العقد.

٥- تشمل الخدمات / المنتجات التأمينية (تسويق التأمين - تسعير التأمين - وسائل الاعلان والترويج - التسويق البنكي والآلى و البريدى - قنوات التوزيع)، وهى ملموسه و غير ملموسه.

دورة حياه المنتج التأمينى:

وبالاطلاع على الأدبيات و الدراسات السابقة، والتي منها: العلاق و الطائى (٢٠٠٤)، زين العابدين(٢٠٠٦) يتضح أن هناك العديد من المسميات المختلفة فى الدراسات السابقة لدورة حياة المنتج التأمينى، وهى كالأتى:

- ١- المرحلة التمهيديّة: هى فترة المبيعات الضئيلة لأن المنتج حديث فى السوق.
- ٢- مرحلة النمو (السطوع): هى مرحلة الأرباح المتزايدة نتيجة المبيعات المتزايدة أو مرحلة السطوع.
- ٣- مرحلة البلوغ (النضوج): هى فترة الهبوط فى معدل المبيعات نتيجة منافسة الشركات الأخرى.
- ٤- مرحلة الهبوط: هى فترة الهبوط السريع فى المبيعات وزوال الأرباح.

ب- السعر و مسمياته Meaning of price

اتفقت الدراسات والأدبيات السابقة ومنها: عزام ، حسونه ، الشيخ (٢٠٠٩) وعماره ، (٢٠٠٩) على أن التسعير نشاط يتضمن عمليات وضع الأسعار المحددة للمنتجات و الخدمات و القواعد التى تحكم قرارات وضع الأسعار بانه القيمة المتغيرة للمنتج تبعا لتوقعات السوق أو "هو فن ترجمة القيمة فى وقت معين و مكان معين للسلع و الخدمات المعروضة الى قيمة نقدية وفقا للعملة المتداولة فى المجتمع"

طرق التسعير المتبعه للمنتجات التأمينية:

كما أشارت دراسة اليمانى (٢٠٠٦) ، و schindler (٢٠١٢، ١) حسن وعبد الرحمن (٢٠١٢، ١١٧-١١٩) و رابح (٢٠١٥) أن طرق التسعير تنقسم إلى:

أولاً: طريقة التسعير الفردي أو العادل:

وتعنى أن صاحب الخطر سوف يتحمل قسط التأمين و يعتمد بدرجة كبيرة على عدالة الشخص القائم بعملية التسعير، ويتم على أساس البيانات الاحصائية المتعلقة بمجموعة متماثلة للوحدة المعرضة للخطر موضوع التسعير.

ثانياً: طريقة التسعير (السعر حسب الفئة):

يتم من خلالها تصنيف وحدات الخطر الى مجموعات متجانسة في كل فئة من هذه الفئات يكون لها سعراً خاصاً بها يكون هذا السعر متساوياً لجميع وحدات الخطر التي تنتمي الى فئة معينة.

ثالثاً : طرق التسعير المطورة :

وفيها يختلف السعر بين وحدات الخطر التي ينتمي الى نفس الفئة السعرية طبقاً لاختلاف الخسائر والمصروفات المتوقعه لكل وحدة معرضة للخطر وهي كالاتى:
التسعير حسب الجدول، التسعير حسب الخبرة ، التسعير حسب المستقبل ، حسب برامج الخصم من القسط .

أهمية السعر : Importance of pricing

وفى هذا الصدد أشار كل من رايح (٢٠١٥) ، حسن وعبد الرحمن (٢٠١٢)، أن للسعر أهمية هي كالاتى:

- ١- أنه أحد العناصر الرئيسية للاستراتيجية الخاصة بالمزيج التسويقي.
- ٢- أحد المكونات الرئيسية للربح: الإيراد الكلى = السعر x الكمية المقدمه من الخدمة
- ٣- اتجاه الادارة نحو السعر أكثر من التكاليف فى حالة المنافسة السعرية
- ٤- يساعد طالبى الخدمة التأمينية على اتخاذ قرارات سليمة.
- ٥- زيادة تقديم المنتجات الجديدة بالاسواق و تقييمها تقييماً فورياً.

ج- التوزيع : Distribution

مفهوم التوزيع فى مجال التأمين The concept of distribution in the field of insurance

يُعرفه توفيق و معلا (٢٠٠٣، ٢٤١) بأنه: عملية ايصال المنتجات التأمينية الى العملاء بواسطة مجموعات الأفراد أو المؤسسات التي يتم عن طريقها خلق المنافع الزمانية والمكانية والحيازة بينما عرفه دلندون (Dilndon, 2005,157) بأنه: مجموع الوسائل والعمليات التي تسمح بوضع الوثائق التأمينية المنتجة من طرف المؤسسات في متناول العملاء.

ومن خلال التعريفات السابقة تظهر الحقائق التالية:

وظيفة التوزيع مهمة في حالات لا يكون المنتجين من الوثائق التأمينية لديهم القدرة المادية أو الخبرة الدولية المطلوبة للقيام بأعمال التوزيع لمنتجاتهم في السوق.
أ- يتم الاستعانة بالوسطاء من الوكلاء أو مندوبين من اخل المنشأه.
ب- يتم الاستعانة بالسماصرة، و الوكلاء، ووكلاء الشراء، ووكيل البيع، ووكيل المنتج في توزيع الوثائق التأمينية.

أساليب التوزيع:

كما أشار إليها كل من توفيق و معلا (٢٠٠٣) ابوعلفه (٢٠٠٢)، ويقصد بها اساليب التوزيع المباشر و التوزيع غير المباشر كالتالى:

أولا : التوزيع المباشر Distribution Direct

يقصد بالتوزيع المباشر: عدم الاعتماد على الوسطاء، وتكون من شركة التأمين إلى العميل مباشرة.

الحالات التي يتم فيها الاعتماد على التوزيع المباشر :

١- الاعتماد على جهاز مبيعات شركة التأمين في بيع وثائق التأمين.

٢- المنافسة بين المنتجين للحصول على أكبر قدر من العملاء

٣- عدم رضاء العملاء عن ما يقدمه الوكلاء من خدمات.

طرق التوزيع المباشر (مستويات التوزيع المباشر):

يتم التوزيع المباشر عن طريق فروع يمتلكها المنتج - مندوب البيع - البيع عن طريق البريد بواسطة الرسائل أو الكتالوجات - البيع الالى.

ثانياً: التوزيع الغير مباشر:

يقصد به الاعتماد على وجود وسطاء بين المنتج (مقدم الخدمة التأمينية أو المنتجات التأمينية)، ثم الى الوكيل ثم الى العميل.

أنواع الوكلاء:

- السمسارة **Brokers**

هم وسطاء بين شركة التأمين ومشتري الوثيقة نظير عموله.

- وكيل المنتج **Manufactures Agent**

يقوم بتصريف الوثيقة فى مناطق جغرافية محددة طبقاً لما يحدده المنتج من أسعار و شروط للبيع.

- وكيل البيع **Selling Agent**

ويقوم بكافة الأنشطة التسويقية للمنتج و يتدخل فى تحديد أسعار و شروط البيع.

مقدم الخدمة: **Service Provider**

هو وكيل أو سمسار أو وسطاء آخرين، كما أشار إليها أبو الفضل، والجياشى (٢٠٠٤) النفقات المالية، الحاجة الى المتطلبات البشرية، عدم وصول وثائق التأمين عبر منافذ التوزيع.

ج- مفهوم الترويج: **Definition of promotion**

يُعرف بأنه عملية تعريف المستهلكين بالمنتج و خصائصه ووظائفه، ومزاياه، وكيفية استخدام الماكن، وجودة بالسوق واسعاره؛ بالاضافة لمحاولة التأثير على المستهلك واقناعه.

مفهوم المزيج الترويجي promotion mix

المزيج الترويجي كما أشار إليه العبدلى والعبدلى (٢٠٠٦) كجزء من المزيج التسويقي وسياسة الترويج تشتمل على مجموعة من المكونات يمكن أن يطلق عليها المزيج الترويجي التي تتمثل في العناصر التالية: البيع الشخصي - العلاقات العامة - تنشيط المبيعات - الاعلان.

أولاً: البيع الشخصي Personal Sell

أشار كل من محمد والكاشف (٢٠٠٨)، البكرى (٢٠٠٧) بأنه هو العرض الشفوي أو الشخصي للرسالة البيعية المتعلقة بالوثيقة أو خدمة معينة على واحد أو أكثر من المشترين المرتقبين بهدف دفعهم نحو شرائها والافتتاح بها ويستخدم للاتصال بين شخصين وجهاً لوجه أو عن طريق التليفون أو عن طريق الانترنت، ومن خلال تعريف البيع الشخصي نستنتج أهميته و أهدافه.

ثانياً: البيع بالبريد Selling by Mail:

وهو احدى طرق البيع المباشر:

تتلقى شركات التأمين طلبات العملاء للحصول على خدمة تأمينية او تقديم لهم خدمة أما بالبريد أو بالهاتف أو أى وسيلة اخرى من وسائل الشحن حسب رغبة العملاء أو طبيعة الوثيقة نفسها و خاصة اذا أراد العميل استلام الوثيقة بسرعة، ويكون مستعد لدفع مصاريف الشحن بالبريد.

ثالثاً: البيع الآلي Automatic Sale

أشار رابح (٢٠١٥)، الزهيرى (٢٠١٣) يقصد بها البيع إلى العميل النهائى بواسطة الماكينات للوثائق التأمينية المختلفة.

رابعاً: تنشيط المبيعات sales promotion

أشار كل من عبيدات (٢٠٠٦ ، ٧٩)، المصرى (٢٠٠١)، عزام و حسونه و الشيخ (٢٠٠٩) بأنها مجموعه الوسائل التي تستخدم بغرض الترويج، بمعنى أنها كافة الوسائل

التي يمكن أن تؤدي الى تنشيط المبيعات من خلال إثارة اهتمام المشتري بالسلعه أو الخدمة مثل : المعارض و العينات المجانية.

خامساً: الاعلان Advertising

بالاطلاع على الأدبيات و الدراسات السابقة، والتي منها: عبدالحמיד (٢٠٠١)، صادق (٢٠٠٩)، فرج (٢٠٠٤)، النور (٢٠٠٥)، رباح (٢٠١٥)، الصيرفي (٢٠٠٧)، حدادين (٢٠٠٩)، هناك تعريفات عديدة للإعلان منها:

- تعريف الجمعيه الأمريكية: تعرفه بأنه الاتصال غير الشخصى للمعلومات تتميز بالاقناع حول المنتجات والأفكار لممول معروف يدفع ثمن إعلانه فى الوسائل الاعلانية المختلفة.

- يُعرف كوتلر الاعلان بأنه شكل من أشكال الاتصال غير الشخصى و تقديم الأفكار و ترويج السلع و الخدمات من خلال جهة متخصصة ومعروفة مدفوعه الأجر.

أهمية الاعلان: The importance of advertising

- ١- تزويد العملاء بمعلومات عن وثائق التأمين مثل: النوع والسعر وأماكن تواجدها.
- ٢- التأثير فى العادات الشرائية والأنماط الاستهلاكية.
- ٣- تقديم وثائق جديدة ومتطورة و متعددة المنافع تؤدي الى زيادة المبيعات.
- ٤- ادخال عملاء جدد و تحقيق الارباح للمنشأة

وتنقسم وسائل الاعلان الى:

اولاً: وسائل مطبوعة: وهى الجرائد و المجلات و البريد المباشر.

ثانياً: وسائل الكترونية: وهى الاذاعة المسموعه والمرئية مثل: التلفزيون والانترنت.

ثالثاً: وسائل أخرى: وهى لافتات الطرق وإعلانات الدوريات، و دليل التليفون ووسائل النقل و المواصلات.

واستخلص الباحثان التصنيف التالي:

- ١- تصنيف الاعلان حسب الوظائف التسويقية: تعليمى وتذكيرى واعلامى و ارشادى و تنافسى.
- ٢- تصنيف جغرافى: محلى، قومى، طنى، اهلى، اقليمى، دولى.
- ٣- حسب الجمهور: استهلاكى، صناعى، مهنى.
- ٤- تصنيف حسب الهدف: اولى، اختيارى، و مؤسسى
- ٥- تصنيف حسب التأثير: مباشر أو غير مباشر.

الحملة الاعلانية: Ad Campaign Definition

أشار كلٍ من بازرعه (٢٠٠٩، ٥٢٣)، اينزل وآخرون (٢٠٠٦) حماده وعلام (٢٠١٥) إليها بأنها: البرنامج المخطط المحدد من جانب المعلن الى المستهلكين و المستهدفين الحاليين متضمناً مجموعة من العمليات والجهود المخططة بدقة و التى تسعى الى تحقيق أهداف محددة. بينما أشار كلٍ عبدالحافظ (٢٠٠٩)، أبوفاره (٢٠٠٧)، الزهيرى (٢٠١٣) إلى أن الرسالة الإعلانية عبارة عن: شرح الفكرة الرئيسية للإعلان سواء كلمة أو كلمتين أو جملة أو عدة جمل بغرض تشجيع، وإقناع المستهلك بالصورة المطلوبة مستخدماً الأسلوب العاطفى والعقلانى، والإحساس بلمسة الجمال، ومؤثرات مختلفة من الصور و الرموز و الرسوم، وهى تأتى فى عدة صور مستخدماً أساليب كثيرة. ويتضح مما سبق أن تعلم المفاهيم يحتاج إلى المزيد من المثيرات، والانتقال من المفاهيم المحسوسة إلى المفاهيم المجردة لزيادة دافعية المتعلم إلى التعلم فى ظل انفجار الثورة المعلوماتية، وتكنولوجيا المعلومات؛ مما يتطلب الأمر إلى أنشطة تفاعلية إلكترونية.

المحور الثاني: الموديول الرقمي القائم على نموذج التعلم البنائي لبيابى

التعلم البنائي:

هو ذلك التعلم القائم على نشاط المتعلم لبناء المعرفة خلال الموقف التعليمي يتحكم فيها المتعلم من خلال التفاعل الاجتماعي والشخصي في مجموعات منظمة، ومن خلال أنشطة تعليمية موجهة نحو مستويات مهارات التفكير.

وهذا يؤكد أن التعلم البنائي يهتم ببناء المعرفة وخطوات اكتسابها وتشتق من مجالين: الأول: يرجع إلى بياجيه (البنائية المعرفية): يهتم بفردية المتعلم، والتعلم يتضمن بناء المتعلم للمعنى بنفسه.

الثاني: يرجع إلى فيجو تسكي Vygotsky (البنائية الاجتماعية) يهتم ببناء المعنى من خلال التفاوض الاجتماعي مع الأقران، والمعلم.

أسس النظرية البنائية: Foundations of Structural Theory

في هذا الصدد أشار كل من خميس (٢٠٠٤ ، ٩٩-١٠٠) ، فودة (٢٠٠٧ ، ١٤) ، زيتون و زيتون (٢٠٠٣) ، الجنائى (٢٠٠٩) ، المطيرى (٢٠١٣) بأن الأسس هي:

- ١- يبنى الفرد معرفه داخل عقله و لا تنتقل اليه مكتمله.
- ٢- يفسر الفرد ما يستقبله ويبنى المعنى بناء على ما لديه من معلومات.
- ٣- للمجتمع الذى يعيش فيه الفرد اثر كبير فى بناء المعرفة.
- ٤- التعلم عملية نشطة و مستمرة.
- ٥- يلعب المتعلم دوراً فعالاً فى عملية التعلم من خلال بناءه للمعرفة.
- ٦- النمو المفاهيمى ينتج من خلال التفاوض الاجتماعى حول المعنى وذلك فى بيئة تعاونية.
- ٧- تعد المعرفة والخبرات السابقة للمتعلم هى نقطة الانطلاق لأى تعلم جديد حيث يتم تفسير المعرفة فى ضوء البيئة المعرفية القائمة او السابقة لدى المتعلم.

ينبغي أن يحدث التعلم خلال مهام حقيقة وتُساعد على بناء معنى لما تعلموه وتمكينه من الثقافة لديهم في قراراتهم على حل المشكلات.

أبعاد التصميم التعليمي البنائي Dimensions of educational design

بالاطلاع على الأدبيات والدراسات السابقة، والتي منها: فودة (٢٠٠٧)، على (٢٠٠٨)، نوبى (٢٠١٠)، بوحمد (٢٠١٠)، الحمدانى (٢٠١٠)، الفار (٢٠١١)، الفار (٢٠١٢)، المطيرى (٢٠١٣)، عزمى (٢٠١٤)، الكندرى (٢٠٠٨)، تحدد الأبعاد فيما يلي:

- ١- توفير مهام حقيقية و سياقية
- ٢- تدعيم ممارسة التكامل و بناء المعرفة القائم على السياق
- ٣- تدعيم البناء الجماعى للمعرفة من خلال التفاوض الاجتماعى، وليس التنافس بين الطلاب بعضهم البعض.
- ٤- دعم التفاوض الداخلى، حيث يربط العمليات الفعلية واستخدامها للتفسير والنبؤ و الانتاج والتأمل.
- ٥- فهم عمليات التفكير، و طرق حل المشكلات
- ٦- يتضمن المتعلم استراتيجية التعلم الاستكشافى لتشجيع الطلاب على البحث و الابداع مثل نص مبتكر، رسم توضيحي، النقصى للوصول لحل المشكلة.
- ٧- توفير الأنشطة و الفرص و الأدوات لتعزيز القدرات فوق المعرفية و التحليل و التنظيم و التأمل البنائى.
- ٨- تحديد اهداف التعلم من خلال عملية التفاوض الاجتماعى بين المعلم و الطلاب
- ٩- استخدام التقويم الحقيقى أو الأصيل من خلال قوائم المراجعة و مقابلات الطلاب ، وسجلات تقييم ادائهم.

نموذج بايبي للتعلم البنائي

وقد طور فريق دراسة منهاج العلوم الحياتية (The biological science curriculum study Bscs) ، الذى كان يرأسه بايبي Bybee ، نموذجاً تدريسياً بنائياً، اطلق عليه دورة التعلم خماسية المراحل Five Es – E's5 و هذه المراحل هي:

- ١- مرحلة الانخراط أو التشويق أو الاشتراك أو الاندماج أو التهيئة Engagement Stage
- ٢- مرحلة الاستكشاف Exploration stage
- ٣- مرحلة التفسير Explanation stage
- ٤- مرحلة التوسيع Elaborations stage
- ٥- مرحلة التقويم Evaluation stage

وفيما يلي توضيح مختصر لما يتم فى كل مرحلة من هذه المراحل:

١- مرحلة الانخراط أو الاشتراك أو الاندماج أو التشويق Engagement stage

فى هذه المرحلة يواجه المعلم الطلاب بخبرات جديدة و التى تثير التساؤلات يصعب الاجابة عليها بما هو متوافر من معارف فى بنيتهم السابقة بهدف التعرف على الخلفية المعرفية والمناقشة لاثبات تصورها، ومن ثم تقسيم الطلاب الى مجموعات تقوم بالبحث عن اجابات أسئلتهم ومواجهه الموقف المشكل، ويتوصل المعلم فى هذه المرحلة من خلال طرح سؤال أو حدث مثير أو تعريف مشكلة أو ترتيب موقف ما بقصد جلب اهتمام الطلاب للتركيز على المهمة التعليمية، تعرض مقطع فيديو أو صوت أو خبر منشور.

٢- مرحلة الاستكشاف Exploration Stage

وفى هذه المرحلة يكون لدى المتعلمين الفرصه للتعلم المباشر فى المواقف التعليمية، ومحاولة استكشاف الأفكار أو العلاقات أو الحلول التى لم تكن معروفة من قبل من خلال ممارسة الأنشطة فرادى أو فى ظل فرق عمل فانهم بهذا يبنون قاعدة خبرة

مشتركة، وينصب دور المعلم على تزويدهم بالمواد التعليمية، و توجيه اهتماماتهم واستفساراتهم و يكون دور المعلم موجه وميسر و مرشد.

٣- مرحلة التفسير Explanation Stage

فيها يشرح كل متعلم ما توصل اليه من معرفة، ويظهر دور الاتصال بين الأقران والمعلم، و يقع على عاتقهم مهمة تعليم بعضهم البعض على كل المستويات لفهم أو عرض الملاحظات والأفكار، والاسئلة والافتراضات، ويجرى المعلم المناقشات حتى يصل الطلاب الى الصياغة العلمية للمناهج - العلاقات - تطبيق المهارات، وهذه المرحلة تكون بمثابة منتدى فكري ومن خلال تفسير الاستدلالات العقلية.

٤- مرحلة التوسيع Elaboration Stage

وفيها يوجه المعلم الطلاب الى مجموعة أنشطة مناسبة لمساعدتهم على تطبيق المفهوم الجديد، وتوسيع المعنى وفهمهم له، أى انتقال أثر التعلم من خلال تطبيق الطلاب المفهوم الجديد فى مواقف جديدة لتجعله مثمراً، ويؤدى هذا بدوره الى استفسارات جديدة و فهم جديد.

٥- مرحلة التقويم Evaluation Stage

وفيها يتم تقويم ما تم التوصل اليه من حلول وأفكار كعملية تشخيص تتيح الفرصة للمعلم أن يحدد الى أى مدى تم فهم الطلاب للموضوع من خلال سجلات تقييم أدائهم، ملاحظة قوائم مراجعة، وقد يكون التقويم نقطة بداية لاثراء تعلم الطلاب.

(Trowbrudge & Bybee ,1990) (زيتون و زيتون ، ٢٠٠٣)

(Bybee,2006)

ومن بين الدراسات التى أشارت إلى فاعلية هذا النموذج دراسة فودة (٢٠٠٧) استخدمته مع نماذج اخري للتعلم البنائى على تنمية المهارات التفكير والذكاء الاجتماعى فى اداء المهارات البيع والتوزيع لدى طلاب الادارة والخدمات، وتوصلت إلى تفوق الطلاب المجموعه التجريبية على طلاب المجموعه الضابطة فى مقياس الذكاء الاجتماعى، ولكل بعد فى مجال البيع و التوزيع، وهذا راجع لاستخدام الاستراتيجيات ونماذج دورة التعلم

البنائى و التى أتاحت الفرصة للطلاب لممارسة مهارات التفكير (الملاحظة - الاستنتاج - التفسير -المقارنه)؛ وممارسة الأنشطة الجماعية و العمل فى شكل تعاونى واتفقت نتائج دراستها مع دراسات فى مجالات أخرى كالعلوم و الجغرافيا مثل: دراسة (خطابية و البدور، ٢٠٠٦)، وكذلك دراسة الجرف (٢٠٠٩) التى اهتمت بتفعيل مقررات مودل الالكترونية فى المملكة العربية السعودية؛ مما كان له أثر كبير على المعلمين واستخدمهم و تفعيل مقررات مودل الالكترونية. بالاضافة إلى دراسات كلٍ من دراسة زيتون (٢٠٠٥)، ودراسة الباتع و عبدالمولى (٢٠٠٩)، دراسة الجنينى (٢٠٠٩)، ودراسة ساريباس وباريام (Saribas & Bayram , 2010)، ودراسة العمرى و العمرى (٢٠١٠).

حيث توصلت دراستهم إلى فاعلية استخدام نموذج تصميم التعلم البنائى فى تنمية مهارات المواد التجارية والتفكير الابداعى لدى طلاب المدارس الثانوية التجارية والتعليم العام. وكذلك دراسة السلامونى(٢٠٠٦) التى استخدمته فى تنمية الابتكار ومهارات البيع بالتعليم التجارى، دراسة عبدالعزيز (٢٠١٠) التى أشارت إلى فاعلية الموديولات الرقمية فى تنمية العلوم لمرحلة الإعدادية، ودراسة السقا (٢٠١٥) التى استخدمته فى تنمية المفاهيم التاريخية.

مزايا دورة التعلم الخماسية : Advantages of The five-year Learning Cycle Strategy:

بالاطلاع على الدراسات السابقة ومنها: فارس (٢٠١٢) عن الألعاب التعليمية الالكترونية كأحد النظريات التى تقوم عليها الأسس التربوية والنفسية للألعاب الرقمية التعليمية. وغياب (الادارة - الاستيعاب - التكيف) يحدث لدى الفرد ما يُسمى باختلال التوازن المعرفى الذى يعد بمثابة الدافع الرئيسى نحو البحث عن المزيد من المعرفة العملية، دراسة السلامونى (٢٠٠٦)، عبدالعزيز (٢٠١٠)، السقا (٢٠١٥) يتضح منها هذه المزايا:

- ١- يتيح للمتعلم فرصة المناقشة و الحوار مع زملائه المتعلمين أو مع العلم مما يساعد على نمو لغة الحوار السليمة لديه وجعله نشطاً.
- ٢- يربط نموذج التعلم البنائى بين العلم و التكنولوجيا؛ مما يعطى المتعلمين فرصة لرؤية أهمية العلم بالنسبة للمجتمع ودور العلم فى مشكلات المجتمع.
- ٣- يجعل المتعلمون يفكرون بطريقة علمية، وهذا يساعد على تنمية التفكير العلمى لديهم.
- ٤- يتيح للمتعلمين الفرصة للتفكير فى أكبر عدد ممكن من الحلول للمشكلة الواحدة؛ مما يشجع على استخدام التفكير الابداعى؛ بالتالى تنميته لدى الطلاب.
- ٥- يشجع نموذج التعلم البنائى على العمل فى مجموعات و التركيز على دور كل فرد و التعلم التعاونى؛ مما يساعد على تنميته لدى المعلمين روح التعاون والعمل كفريق واحد.

تصميم الموديولات الرقمية Digital Model Design:

تُعد الموديولات التعليمية الرقمية من أساليب التعلم الذاتى، وتتجه بالتعليم ناحية التعليم الفردى، رغم أن قسماً منها يُعد من أساليب التعلم الجماعى، وتركز على اتقان التعلم.

وتعددت تعريفات الموديولات التعليمية الرقمية، وبالرجوع إلى الأدبيات المرتبطة ومنها: عبد العزيز (٢٠١٠)، البقالى (2011)، عبد الباسط (2011)، الغبارى (٢٠١١)، (٢١) يمكن تعريف الموديول الرقمية بأنه وحدة تعليمية صغيرة ضمن مجموعة من وحدات تُكون فى مجموعها برنامجاً تعليمياً تتضمن مجموعة من الأنشطة التعليمية التى تُساعد المتعلم على تحقيق أهداف تعليمية محددة بقدراته الذاتية وسرعته، ويقدم المحتوى من خلال الوسائط والبرامج التكنولوجية التفاعلية.

التصميم التعليمي Instructional Design:

يُعرف التصميم التعليمي بأنه مدخل منظومي لتطوير التعليم المقدم مباشرة أو عبر وسيط، وتطوير للمواصفات التعليمية باستخدام نظريات التعلم، وعملية داخلية لتحليل حاجات التعلم والأهداف وتطوير مواد التعلم وطرق استراتيجيات التعليم والتعلم الفعالة، وتقييم كافة أنشطة التعلم والمتعلمين. (Simonson,2005)

أهمية التصميم التعليمي:

تتمثل أهمية التصميم التعليمي عامةً كما حددها كلٌّ من الحيلة (٢٠٠٣)، عبد العزيز (٢٠١٠)، البقالى (٢٠١١) فيما يلي:

- تحسين الممارسات التربوية استناداً إلى نظريات التعلم ومبادئ التدريس.
- ايجاد علاقة بين المبادئ النظرية والتطبيقية فى المواقف التعليمية.
- توظيف الوسائل والأجهزة والأدوات التعليمية بطريقة جيدة.
- اعتماد المتعلم على قدراته وجهده الذاتى أثناء عملية التعلم.
- تحقيق التفاعلية، أى تفاعل المتعلم مع المادة الدراسية، وبين الأعضاء المشتركين فى التصميم.
- تغيير دور المعلم وجعله منظماً للظروف البيئية التى تُسهل حدوث التعلم.

الأسس التربوية لتصميم الموديولات الرقمية:

يتطلب تصميم الموديولات الرقمية اتباع الأسلوب المنهجي، ومن خلال الرجوع إلى الأدبيات المرتبطة، ومنها: (خميس، ٢٠٠٣)، السيد (٢٠١٢) خُص الباحثان الأسس فيما يلي:

- تحديد الأهداف التعليمية المرجو تحقيقها.
- تحديد الظروف والشروط التى يحدث فى ظلها هذا السلوك.
- تحديد خصائص المتعلمين المستهدفين.

- تصميم مصادر التعلم المناسبة لخصائص المتعلمين، وتحقيق الأهداف تحت هذه الشروط.

- تصميم بيئة التعليم بطريقة منهجية ومقصودة، بمعنى تنظيم عمليات التعليم (سلسلة الاجراءات التعليمية)، ومصادر التعليم (أفراد، وسائل، بيئات، أساليب) بطريقة مناسبة تساعد على تحقيق الأهداف التعليمية.

- مراعاة المبادئ الأساسية لتصميم الوسائط التعليمية من خلال انتقاء التأثيرات الحركية والصوتية، توظيف الرسوم والمخططات، والجداول والرسوم البيانية، إدخال التفاعلية واختيار الألوان والخلفيات المناسبة.

- توافر التغذية الراجعة المناسبة للأنشطة المتاحة بالمحتوى.

- وجود استراتيجيات معينة للتقويم لقياس اتقان تعلم / وتحقيق الأهداف المحددة وفق معيار أو مستوى معين من الأداء

وفى هذا الصدد أشار أبوبكر (٢٠١٣: ١٤) أن الموديولات الرقمية يراعى أنها وحدات تعليمية مصغرة تتضمن مفهوم واحد أو عدة مفاهيم وأنشطة مستقلة مكتفية بذاتها، وتشمل فكرة أو جزء من موضوع يتم معالجته لتحقيق الأهداف السلوكية والاجرائية، ومنها الأهداف العامة للمنهج الدراسى.

يتضح مما سبق، أن طبيعة الموديولات الرقمية تتناسب مع محتوى مفاهيم تسويق المنتجات التأمينية، وذلك لما لها من طبيعة تطبيقية يتطلب تدريسها إتاحة الفرصة للطلبة لإكتساب عنصر الخبرة المباشرة من خلال وضع الطالب فى مواقف تحاكي الواقع.

وقد أكدت العديد من الدراسات والبحوث السابقة على مدي أهمية الوحدات والموديولات الرقمية، وفعاليتها فى تنمية التحصيل والمفاهيم والمهارات فى مجالات مختلفة منها: دراسة عبد العزيز (٢٠١٠) التى أكدت على فاعلية المويول الرقمية فى تنمية مفاهيم التفاعلات الكيميائية لدى طلاب المرحلة الثانوية؛ بالإضافة إلى دراسة السقا (٢٠١٥) التى

أشارت إلى فاعليتها فى تنمية الفهم التاريخى لدى تلاميذ المرحلة الاعدادية، ودراسة الجزائر (٢٠١٦) التى أبرزت فاعليتها فى تنمية مفاهيم الاستثمار لدى طلاب التعليم الثانوى التجارى، ودراسة سلام (٢٠١٦) التى أثبتت أن بناء الوحدات الدراسية فى صورة الموديولات أدى إلى تنمية المعرفة العلمية والقدرة على اتخاذ القرار لدى الطلاب المعلمين بالشعب العلمية بكلية التربية، جامعة طنطا، كذلك دراسة فوده وأبو الخير (٢٠١٦) التى أثبتت فى فاعليتها فى تنمية المهارات المصرفية لدى طلاب التعليم الفنى التجارى.

نماذج تصميم الموديولات الرقمية:

تختلف مراحل التصميم التعليمي باختلاف النماذج المتعددة له، ولا يوجد ما يُسمى نموذج أفضل من الأخر، لكن يختلف ذلك حسب الموقف أو المهمة، وتحليل الدراسات والأدبيات السابقة (الحيلة، ٢٠٠٣)، (عبد العزيز وفوده، ٢٠١١)، ومارجريت (Margaret, 2008)، اتضح أن هناك نماذج عديدة منها : نموذج ديك وكارى، نموذج روبرت جانبيه، ونموذج كارول، ونموذج كمب، النموذج الارشادي، نموذج إدي ADDIE (التحليل Analysis - التصميم Design - التطوير Developing - التنفيذ Implementation - التقويم Evaluation)، واعتمد البحث الحالى على نموذج إدي.

مراحل تصميم المقررات/ الموديولات الالكترونية وفقا لنموذج ADDIE

- ١- **مرحلة التحليل Analysis:** وتتضمن هذه المرحلة: تحليل الاحتياجات (تحديد الفجوة، تحليل الفجوة، إغلاق الفجوة)، تحليل المتعلم والموارد والعقبات، اختيار نظم تقديم التدريس، صياغة المشكلة والأهداف العامة، تحليل المحتوى، تحليل التدريس
- ٢- **مرحلة التصميم Design:** وتتضمن تنظيم وسلسلة المحتوى، كتابة الأهداف التعليمية، كتابة المراحل الانتقالية فى الدرس، إعداد أسئلة للمراجعة والتقييم، إعداد التعيينات المناسبة. ويتمثل المخرج النهائي لمرحلة التصميم فى كتابة السيناريوهات الخاصة بالدروس Storyboards.

٣- مرحلة التطوير **Developing**: وتركز هذه المرحلة على معرفة كيف يمكن دمج ناتج مرحلة التصميم في التدريس، وتتضمن بناء هيكل التصميم، استخدام الوسائط التعليمية، استخدام أدوات الإنتاج الإلكتروني، وتبدأ عملية التطوير الفعلي حيث يقوم مطوري المحتوى الإلكتروني، ومصممي الصفحات والرسومات بتطوير التصور المقدم في لوحة الأحداث.

٤- مرحلة التنفيذ **Implementation**: في هذه المرحلة يخضع المقرر المطور إلكترونياً لعملية تجريب أولي أو استطلاعي، من خلال عرض المقرر علي عينة من الخبراء أو عينة من الطلاب المستفيدين من المقرر. وتستهدف عملية عرض المحتوى المصمم رقمياً على عينة من الخبراء التأكد من: دقة المحتوى، دقة الأمثلة المستخدمة، دقة الأهداف الموضوعية، شمولية تحليل التدريس، دقة سلسلة المحتوى، مناسبة الأشكال والصور، والنصوص، واللغة المستخدمة، بينما تستهدف عملية التجريب الاستطلاعي للمحتوي محاولة التأكد من: رد فعل المتعلم، التطبيق في ظروف مشابهة قدر الإمكان لظروف التطبيق الفعلية.

٥- مرحلة التقييم **Evaluation**: وفي هذه المرحلة يتبين هل كان المقرر/ الموديول مفيداً؟ هل حقق المقرر أهدافه المرجوة؟، هل كان المقرر مكلفاً؟ ويتحقق ذلك من خلال وضع خطة للتقييم النهائي وتجميع البيانات، كتابة التقرير النهائي. وسوف تظهر هذه المراحل بشكل إجرائي في جزئية المنهجية والاجراءات.

ثالثاً : منهجية البحث وإجراءاته:

منهج البحث: اتبع الباحثون في هذا البحث كل من :

المنهج الوصفي التحليلي: واستخدم لتحديد مفاهيم تسويق المنتجات التأمينات، والإطار النظري للبحث.

المنهج شبه التجريبي: وذلك لقياس فاعلية المتغير المستقل (الموديول الرقمي في مجال تسويق التأمينات) على المتغير التابع (مفاهيم تسويق المنتجات التأمينية)

مجتمع البحث :

يتمثل مجتمع البحث الحالى فى طلاب الصف الثالث الثانوى التجارى بالمدارس الثانوية التجارية نظام الثلاث سنوات.

عينة البحث:

تمثلت عينة البحث فى (١٨) طالبة من طلاب الصف الثالث الثانوى التجارى كمجموعة تجريبية، و(٢٤) طالبة كمجموعة ضابطة بمدرسة ميت السراج الثانوية التجارية نظام الثلاث سنوات شعبة تأمينات التابعة لإدارة التعليم الفنى التجارى بالغربية.

أدوات البحث:

اشتمل البحث على الأدوات الآتية:

١- قائمة بمفاهيم تسويق المنتجات التأمينية لطلاب الصف الثالث الثانوى التجارى شعبة تأمينات

٢- اختبار تحصيلى لقياس مفاهيم تسويق المنتجات التأمينية لطلاب الصف الثالث الثانوى التجارى شعبة تأمينات.

أولاً: إعداد اختبار مفاهيم تسويق المنتجات التأمينية

الهدف من الاختبار:

قياس مفاهيم تسويق المنتجات التأمينية المتضمنة بوحدة تسويق المنتجات التأمينية بمقرر فن الإنتاج فى التأمين لطلاب الصف الثالث التجارى شعبة تأمينات، نظام الثلاث سنوات.

وصف الاختبار :

وهو مكون من ٥ اسئلة صنف كالتالى:

السؤال الأول: اكتب المصطلح المناسب للجمل الآتى، وهى خمس عشرة (١٥) جملة

السؤال الثانى: اختيار من متعدد و تمثل ثلاثة و عشرون (٢٣) جملة

السؤال الثالث: ضع علامة صح أو خطأ أمام الجمل الآتية: وتمثل عشرة (١٠) جمل

السؤال الرابع: اختر من القائمة (أ) ما يناسبها من القائمة (ب) وهى خمسة (٥) جمل

للقائمة (أ) و ستة (٦) جمل للقائمة (ب)

السؤال الخامس : ويتضمن : أ : تمثل تكملة مصطلحات الرسم البياني الناقصة أو الموضوع أمامها مصحوبة بعلامة استفهام (؟) وعددها ستة (٦)، و (ب) وهي تمثل سؤال مقالى و هو عبارته عن رسم تخطيطى مع الشرح

صدق وثبات اختبار المفاهيم:

للتحقق من صدق الاختبار، تم عرضه على مجموعة من المحكمين بالمناهج وطرق التدريس، وأجمع المحكمون على صلاحية الاختبار لقياس المفاهيم ، وللتأكد من الصدق الداخلى، تم حساب معامل الارتباط للمفردات الاختبار، وعبرت معظم القيم على ارتباط دال موجب، كما تم حساب الثبات بمعادلة ألفا كرونباخ، وبلغت قيمته (٦٩%)؛ مما يدل على أن الاختبار يتمتع بمعامل ثبات مناسب؛ وبالتالي أصبح صالحاً للتطبيق على عينة البحث الأساسية. (ملحق ٣)

ثالثاً: اجراءات تصميم الموديول الرقمي:

تم تصميم الموديول الرقمي وفق خطوات مراحل نموذج إدى (ADDIE) كما يلي:

١ - **مرحلة التحليل:** تم تحليل محتوى الوحدة المختارة المتضمنة فى مقرر فن الانتاج فى التأمين لاستخراج قائمة بمفاهيم تسويق المنتجات التأمينية، والتي تضمنت (٧٠) مفهوماً، والتي بها يكون قد تم الاجابة عن السؤال الأول من أسئلة البحث، وقد تم تحليل بيئة التعلم بمدرسة ميت سراج بالغربية، ووجد بها معمل حاسب آلى، كما تم تحديد الامكانيات التكنولوجية للطلاب.

٢ - مرحلة التصميم، والتي تتضمن:

أ- تحديد الهدف العام، والأهداف التفصيلية للموديول، ب- إعداد السيناريو للموديول وفق مراحل التعلم البنائى لبابى، وهو عبارة عن شكل الشاشات الرئيسية لعناصر المحتوى، وخصائصها الفنية ومحتواها العلمى، ج- تم عرض السيناريو المصمم على السادة الاختصاصيين، والأخذ بملاحظاتهم والتي كانت أهمها توضيح أساليب

التقويم لكل درس، د- تصميم الموديول وفق السيناريو المعدل، وإعداده فى صورة برمجية تتضمن كائنات التعلم الرقمية من صور ثابتة، ومتحركة ونصوص، ولقطات فيديو، والأنشطة التعليمية المدعمة بالتغذية الراجعة التصحيحية والعلاجية، وتسير عملية التدريس بدايةً من التمهيد وفق مراحل نموذج بايبي بدء من الاندماج والتهيئة إلى بحيث يكون النشاط متنوعاً ومرتبطاً بالخبرة المراد إكسابها، ثم باقى مراحل النموذج، ثم التقويم التكويني، وتقويم فى نهاية كل موضوع؛ بالإضافة إلى تعليمات للتعلم والتنقل بين الروابط، ثم عرضها على المتخصصين فى مجال تكنولوجيا التعليم والمناهج وطرق التدريس، وتم زيادة لقطات الفيديو بناءً على ملاحظاتهم، إضافة المواد المطبوعة و المتنوعة و الوسائط التعليمية سواء كان التعليم جماعى أو فردى، الكتب المقروءة و الكتب المرجعية والمجلات الدورية.

٣- **مرحلة التطوير:** تم تطوير لقطات الفيديو، وإضافة بعض أنماط للتغذية الراجعة كالتفسيرية، وإنشاء روابط فرعية للأنشطة التعليمية، وتم تقسيم الموديول إلى ثمانى موضوعات فرعية بحيث يتضمن كل موضوع مفهوم رئيسى، كما تم تحديد عدد الحصص لكل موضوع.

٤- **مرحلة التنفيذ:** هدفت هذه المرحلة إلى التحقق من مدى صلاحية الموديول الرقمية للاستخدام والتطبيق، وتم هذا من خلال: تجهيز البيئة المدرسية، وتدريب طلاب شعبة التأمينات على التعامل مع البرمجية الخاصة بالموديول المصمم، ثم تطبيق وتدريب الموديول الرقمي المبرمج كتجريب أولى على عينة ممثلة للفئة المستهدفة؛ وذلك من أجل تحسين مواد التعلم.

٥- **مرحلة التقويم:** هدفت مرحلة التقويم إلى تجميع النتائج التى ظهرت من التجريب الأولى للموديول الرقمية فى تعليم وتعلم المفاهيم التأمينية، وإجراء التعديلات اللازمة لتكون صالحة للتطبيق على العينة الأساسية، ملحق (٢)، واستناداً إلى الإجراءات

السابقة، وما نتج عنها من مخرجات فإنه يكون قد تم الإجابة عن السؤال الثانى من أسئلة البحث الحالي الذي ينص على: ما التصميم المقترح لموديول رقمى فى التسويق لتنمية مفاهيم تسويق المنتجات التأمينية لدى طلاب التعليم الفنى التجارى؟

التجريب الميدانى: هدف إلى قياس فاعلية الموديول الرقمى فى تنمية مفاهيم تسويق المنتجات التأمينية، ولتحقيق هذا الهدف تم تنفيذ الخطوات التالية:

- سحب عينة البحث من مدرسة ميت سراج بالغربية شعبة التأمينات، والتي بلغت (٤٢) حيث التجريبية(١٨)، وطلاب المجموعة الضابطة (٢٤).
- تطبيق أدوات القياس (اختبار المفاهيم) تطبيقاً قبلياً على عينة البحث (المجموعة التجريبية والضابطة) التي تم تحديدها سابقاً.
- توزيع البرمجية المعدة للطلاب المجموعة التجريبية، والتي بها محتوى وحدة تسويق المنتجات التأمينية، وارشادهم بكيفية الدخول والتعامل مع الروابط المصممة، وكيفية التنقل بين روابط كل موضوع فرعى/ درس.
- تم عقد لقاء تمهيدى لتدريبهم على المهارات التكنولوجية المطلوبة، مثل: فتح البرمجية والتنقل بين الروابط، وفتح لقطات الفيديو وإغلاقها، والاستجابة للأنشطة)
- السماح لطالبات المجموعة التجريبية باستخدام البرمجية المخزنة عبر C/D لتعلم محتوى الموديول الرقمى فى تسويق التأمينات، والتفاعل مع الأنشطة التعليمية، وتلقى التغذية الراجعة وفق عدد الحصص المحدد.
- تطبيق أدوات القياس تطبيقاً بعدياً على عينة البحث.
- رصد النتائج فى جداول لاجراء التحليلات الإحصائية المناسبة، وتدوين النتائج بهدف استخلاص القيمة المضافة لتعلم الموضوعات المرتبطة بالمهارات المصرفية. وقد استخدم مزيجاً من الأساليب الإحصائية الوصفية والاستدلالية، كما سيتضح فى جزء النتائج.

نتائج البحث:

أولاً: النتائج المتعلقة بفرضية البحث:

تنص فرضية البحث على: يؤدي الموديول الرقمي المصمم وفق نموذج التعلم البنائي لباببي إلى تنمية مفاهيم تسويق المنتجات التأمينية لطلاب التعليم الفني التجارى. وتم اختبار صحة الفرض الأول من فروض البحث الاحصائية، الذى ينص على أنه: يوجد فرق ذو دلالة احصائية عند مستوي ($\alpha \leq 0.05$) بين المتوسطات المعدلة لدرجات طلاب المجموعة التجريبية (التى درست الموديول الرقمي القائم نموذج التعلم البنائي لباببي)، والضابطة التى درست بالطريقة المعتادة التقليدية فى التطبيق البعدى فى اختبار مفاهيم تسويق المنتجات التأمينية لصالح المجموعة التجريبية بعد ضبط التحصيل القبلى. تم استخدام تحليل التباين المتلازم عن Ancova لدرجات التحصيل البعدى لدى طلاب مجموعتى البحث، وذلك لمتغير التحصيل و مستوياته.

(أ) ولمقارنة أداء طلاب المجموعتين التجريبية والضابطة على اختبار المعارف، قام الباحثان بحساب قيمة "ف" ¹ ودلالاتها الإحصائية للفرق بين المتوسطات المعدلة لدرجات طلاب المجموعتين التجريبية والضابطة فى التطبيق البعدى لاختبار المفاهيم كل على حدة، وجدول (1) يوضح ملخصاً لذلك:

جدول (١) المتوسط الحسابي والانحراف المعياري لدرجات الطلاب

عينة البحث على اختبار المفاهيم ككل

المجموعة	العينة	النهاية العظمى	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
التجريبية	١٨	١٢٠	١٠٠٠	٩.٤
الضابطة	٢٤	١٢٠	٥٨.٨٣	٦.٣

ويتضح من الجدول (١) السابق أن الانحراف المعياري في التطبيق التقليدي (المجموعة الضابطة) هو (٦.٣) أصغر من الانحراف الانحراف في التطبيق للموديول الرقمي المصمم (المجموعة التجريبية) هو (٩.٤) حيث أنه في التطبيق القبلي تتجمع درجات الطلاب حول المتوسط أما في التطبيق البعدي كان بسبب انتشار درجات الطلاب حول المتوسط انتشاراً واسعاً، وذلك أيضاً بسبب وجود بعض الطالبات أداءهن غير مرضى حيث الفرق بين درجاتهن والمتوسط كبيراً جداً.

جدول (٢)

نتائج اختبار تحليل التباين المصاحب (ANCOVA) للمتوسط الحسابي

لدرجات الطلاب المجموعتين في اختبار المفاهيم ككل

مصدر التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة ف	مستوى الدلالة	حجم الأثر
الاختبار القبلي	٣١٩.٥٨	١	٣١٩.٥٨	٥.٨٩٩	٠.٠٠٠١	
الطريقة	١٢١٣٦.٢	١	١٢١٣٦.٢	٢٢٤.٠٣٣	٠.٠٠٠١	
					٠.٠٠٠١	
الخطأ	٢١١٢.٦٩٦	٣٩	٥٤.١٧٢			٠.٨٥٢
الكل	٢٦٨٩٢١.٠٠	٤٢				

تشير نتائج الجدول (٢) السابق إلى وجود فرق دال إحصائياً عند مستوى (٠.٠٠٠٠١) بين المتوسطات المعدلة لدرجات طلاب المجموعة التجريبية، ودرجات طلاب المجموعة الضابطة عينة البحث على اختبار المفاهيم بعدياً لصالح المجموعة التجريبية حيث كانت قيمة "ف" المحسوبة دالة إحصائياً عند مستوى دلالة (٠.٠٠٠٠١). وقد بلغ حجم الأثر (٠.٨٥).

ب- عرض النتائج الخاصة بأداء طلاب المدارس الثانوية التجارية مجموعتي البحث على اختبار المفاهيم عند كل مستوى على حدة.

للقوف على مدى تحسن أداء طلاب المدارس الثانوية التجارية على اختبار المفاهيم كل مستوى على حدة: ولمقارنة أداء طلاب المجموعتين التجريبية والضابطة على اختبار المعارف عند كل مستوى على حدة، قام الباحثان بحساب قيمة "ف" ودلالاتها الإحصائية للفرق بين المتوسطات المعدلة لدرجات طلاب المجموعتين التجريبية والضابطة في التطبيق البعدي لاختبار المفاهيم عند كل مستوى على حدة، وجدول (٣ ، ٤) يوضح ذلك كما يلي:

جدول (٣)

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لدرجات الطلاب عينة البحث على اختبار المفاهيم كل مستوى على حدة

المجموعة	المستوى	العينة	النهاية العظمى	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
المجموعة التجريبية	تذكر	١٨	٦٨	٦١.٣٣	٣.٣١
	فهم	١٨	٣٢	٢٩.١٦٦	٣.٥٦
	تطبيق	١٨	٢٠	١٠.٤٤	٥.٥١
المجموعة الضابطة	تذكر	٢٤	٦٨	٣٥.٠٨٣	١.٦١
	فهم	٢٤	٣٢	٢٠.٢٠	٥.٥١
	تطبيق	٢٤	٢٠	٣.٥٤	٢.٢٢

جدول (٤)

نتائج اختبار تحليل التباين المصاحب (ANCOVA) للمتوسط الحسابي لدرجات الطلاب على اختبار المفاهيم كل مستوى على حده

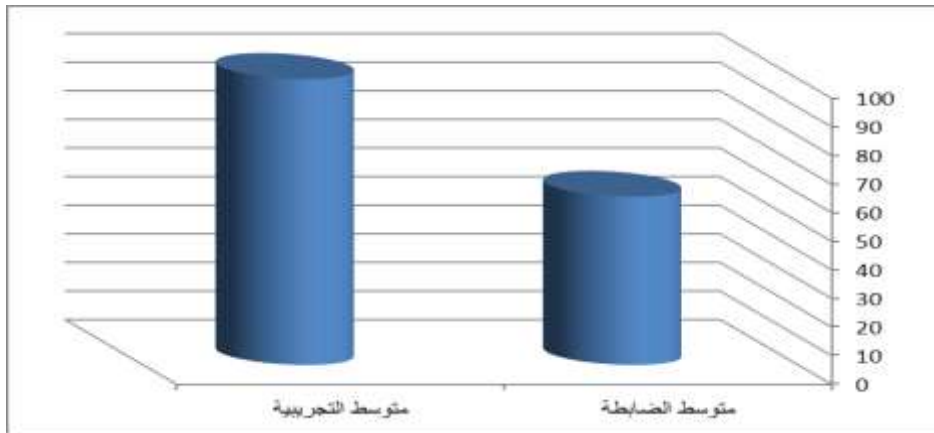
المستوى	الدرجة	مصدر التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة ف	مستوى الدلالة	حجم الأثر .H2
تفرقة	الدرجة الكلية	الاختبار القبلي	٣.٦٥٦	١	٣.٦٥٦	٠.٥٨٩	٠.٠١٥	٠.٨٩٥
		الطريقة	٢٠٥٨.٥٣	١	٢٠٥٨.٥٣	٣٣١.٥٠	٠.٠٠٠١	
		الخطأ	٢٤٢.١٧٦	٣٩	٦.٢١			
		الكلية	٩٧٤٩٨.٠٠	٤٢				
تفهم	الدرجة الكلية	الاختبار القبلي	٩.٢٨٢	١	٩.٢٨٢	٠.٣٣٩	٠.٥٣١	٠.٤٥٧
		الطريقة	٧٩٣.٧٩٢	١	٧٩٣.٧٩٢	٣٢.٨٣٦	٠.٠٠٠١	
		الخطأ	٩٠٧.١٧٤	٣٩	٢٣.٣٦١			
		الكلية	٢٦٠٣.٠٠٠	٤٢				
تطبيق	الدرجة الكلية	الاختبار القبلي	٣١.١٤٩	١	٣١.١٤٩	٢.٠٢٧	٠.١٦٢	٠.٢٢٨
		الطريقة	١٧٦.٦٧٢	١	١٧٦.٦٧٢	١١.٤٩٨	٠.٠٠٢	
		الخطأ	٥٩٩.٢٥٤	٣٩	١٥.٣٦٥			
		الكلية	٢٨٩٥.٠٠	٤٢				

تشير نتائج الجداول السابقة (٤،٣) إلى وجود فرق دال إحصائياً عند مستوى (٠.٠٥) بين المتوسطات المعدلة لدرجات طلاب المجموعة التجريبية ودرجات طلاب المجموعة الضابطة عينة البحث على اختبار المفاهيم المرتبطة بمهارات تسويق التأمينات عند كل مستوى على حده بعيداً لصالح المجموعة التجريبية حيث كانت قيمة " ف " المحسوبة

لمستويات التذكر، والفهم، والتطبيق دالة إحصائياً لكل منها عند مستوى دلالة (0.05) و (0.0001).

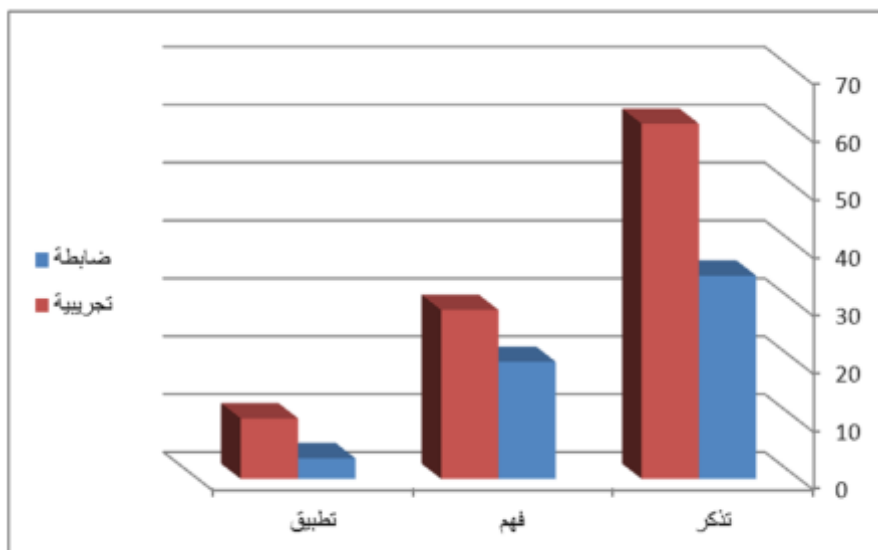
وبناءً على ذلك تم قبول الفرض الأول من فروض البحث الاحصائية، والذي ينص على:

يوجد فرق ذو دلالة إحصائية عند مستوي ($\alpha \leq 0.05$) بين المتوسطات المعدلة لدرجات طلاب المجموعة التجريبية والمجموعة الضابطة في التطبيق البعدي لاختبار المفاهيم ككل وعند مستويات (التذكر - الفهم - التطبيق) لصالح المجموعة التجريبية، ويتضح ذلك من خلال الأشكال التالية:



شكل (١)

متوسطات درجات طلاب مجموعتي البحث التجريبية والضابطة على التطبيق البعدي
لاختبار مفاهيم تسويق المنتجات التأمينات ككل



شكل (٢)

متوسطات درجات طلاب مجموعتي البحث الضابطة والتجريبية في التطبيق البعدي
لاختبار المفاهيم عند كل مستوى على حده

وهذا يؤكد أن الموديول الرقمي القائم على نموذج بايبي له فاعلية في تنمية مفاهيم تسويق المنتجات التأمينية، وبذلك يكون الباحثان قد أجابوا عن السؤال الثالث من أسئلة البحث.

مناقشة النتائج:

- توصل البحث الحالي إلى قائمة بمفاهيم تسويق المنتجات التأمينية لطلاب الصف الثالث شعبة التأمينات؛ والتي بلغت (٧٠) مفهوماً.
- كما توصل البحث الحالي إلى تصميم موديول رقمي في تسويق التأمينات لطلاب الصف الثالث التجاري بالتعليم الثانوى التجاري شعبة التأمينات، وتضمن (٨) موضوعات، وتضمن كل موضوع محتوى مفهوم رئيسى بما يتضمنه من مفاهيم فرعية، والمحتوى مصاغ فى صورة رقمية بحيث يتضمن وسائط متعددة كالنصوص، صور ثابتة، ومتحركة، ولقطات فيديو، مع تقديم التغذية الراجعة الفورية سواء تفسيرية أو تصحيحية.
- كما أظهرت نتائج البحث الحالي أن الموديول الرقمى فى تسويق التأمينات ساعد فى تنمية المفاهيم الرئيسية لتسويق المنتجات التأمينية؛ حيث ظهر فرق ذو دلالة إحصائية وذو دلالة عملية مرتفعة بين طالبات المجموعة التجريبية التى درست الموديول المصمم رقمياً، وطالبات المجموعة الضابطة التى درست محتوى الوحدة وفقاً للمداخل المتبعة والمستخدمه من قبل المعلم لصالح طالبات المجموعة التجريبية، وقد أرجع الباحثان ذلك إلى أن تطبيق الموديول الرقمى كان له بالغ الأثر فى توصيل المفاهيم للطلاب وأعمق فى الاستيعاب، حيث توظيف الوسائط المتعدده، كائنات التعلم الرقمية كان له دورٌ كبيرٌ فى جذب الانتباه، وتحقيق السعادة البصرية للمتعلمين، كذلك ربط محتوى الموديول بالمواقف الواقعية والحياتية، وتقديم المحتوى فى سياق متسلسل كل ذلك كانت عوامل هامة فى تدعيم الفهم، وعمق استيعاب المفاهيم لدى طلاب المجموعة التجريبية. وتتفق هذه النتيجة جزئياً مع نتائج بعض الدراسات والبحوث السابقة المرتبطة والتي تناولت تصميم الموديولات التعليمية الرقمية فى مختلف المجالات، ومن هذه الدراسات: دراسة زين العابدين (٢٠٠٦) التى نمت الوعى التأمينى لدى طلاب

التعليم الفنى التجارى، دراسة إسماعيل (٢٠٠٠) فى علم الكيمياء لطلاب كلية التربية، العيسى (٢٠٠٦) فى مجال الإدراك المكانى لرياض الأطفال، دراسة صقر (٢٠٠٧) فى مجال عمليات العلم لطلاب المرحلة الابتدائية، دراسة كونج وبينك (Chong & Pink, 2008) فى مجال العلوم، دراسة عبد العزيز (٢٠١٠) فى مجال الكيمياء، ودراسة الغبارى (٢٠١١) فى مجال التراث الوطنى، والتفكير التاريخى لطلاب المرحلة الإعدادية، ودراسة أحمد (٢٠١١) التى توصلت إلى فاعلية التعلم البنائى فى تنمية مهارات التفكير الاحصائى لطلاب كلية التربية جامعة عين شمس، ودراسة فوده (٢٠١٢) فى مجال التسويق لطلاب التعليم الفنى التجارى، ودراسة السقا (٢٠١٥) فى مجال التاريخ بالمرحلة الاعدادية، دراسة الجزار (٢٠١٦) فى موضوع الاستثمار فى البورصة لطلاب المدارس الفنية المتقدمة، ودراسة فوده أبو الخير (٢٠١٦) التى أثبتت فاعلية الموديول الرقمة فى تنمية المهارات المصرفية لطلاب التعليم الفنى التجارى، ودراسة سلام (٢٠١٦) فى مجال المعرفة العلمية للطلاب المعلمين بتربية طنطا- الشعب العلمية، والتى أثبتت أن للموديولات الرقمية فاعلية فى تحقيق الأهداف المرجوة حيث يقدم المحتوى من خلال الوسائط المتعددة، والتى ساعدت على جذب الانتباه، وعمق الاستيعاب للمحتوى.

التوصيات:

- ١- اعداد وتطوير محتوى تدريس العلوم التجارية عامةً، و مقرر فن الإنتاج فى التأمين لشعبة التأمينات خاصةً، وعرضه فى صورة مشكلات تدعو الطلاب الى التفكير وتنظيم خبرات المحتوى من السهل إلى الصعب، ومن البسيط الى المعقد؛ مما يؤدي الى بناء المعرفة بنفسه، وممارسة المهارات الأدائية المطلوبة للمقرر.
- ٢- التوسع فى تطبيق التعليم التشاركى والألعاب الالكترونية، والويب، التعليم الالكترونى والتعليم بواسطة البرمجيات المتخصصة، والتعليم عن بعد الكترونياً، والفصول الافتراضية التخيلية، والتعليم المتمحور حول المشكلات، وكيفية حلها فى مجالات التعليم المختلفة وخاصة التعليم التجارى.

- ٣- تطبيق النظريات التعليمية كمدخل سلوكى فى عملية التعليم والتصميم والتدريس.
- ٤- تهيئة مناخ التعليم المناسب من حجرات البحث، ومصادر التعليم المختلفة لتطبيق نماذج استراتيجيات التعليم البنائى.
- ٥- الاهتمام بتزويد المقررات التجارية فى التعليم الفنى التجارى بأنشطة إلكترونية تدريسية تُساعد المعلم والمتعلم فى عمليتى التعليم، والتعلم على تنمية البحث والنقد ومهارات التفكير العليا.
- ٦- عقد دورات تدريبية لمعلمى العلوم التجارية لتدريبهم على إعداد وتصميم وحدات/ موديولات رقمية، وتوظيف التكنولوجيا أثناء العملية التعليمية.

المقترحات:

- ١- تنمية المعارف المحاسبية و مهارات ما وراء المعرفة فى مقرر مبادئ المحاسبة المالية والاتجاه نحوه لدى طلاب المدارس الثانوية التجارية فى ضوء نموذج مارزانو.
- ٢- استخدام الرحلات المعرفية عبر الويب (Web Quests) فى تنمية مهارات التسويق لدى طلاب المدارس الثانوية التجارية.
- ٣- تصميم أنشطة إلكترونية وفق نموذج التعلم المتمركز حول المشكلة و فاعليته فى تنمية التحصيل والتفكير المحاسبى، والدافعية لتعلم مقرر المحاسبة لدى طلاب المدارس الثانوية التجارية.
- ٤- تصميم مدونة تعليمية فى مادة المحاسبة الحكومية لتنمية مهارات التفكير المستقبلى لدى طلاب المدارس الثانوية التجارية.

المراجع:

أولا المراجع العربية :

أبو الفضل، مؤيد و الجياشي، على (٢٠٠٤). الأساليب الكمية في التسويق. (عمان: الأردن: دار وائل للنشر)

أبو علفة، عصام الدين (٢٠٠٢). تسويق متقدم - التوزيع (المفاهيم، الاستراتيجيات، العمليات). (الاسكندرية : مؤسسة حورس الدولية)

أبو بكر، زينب (٢٠١٣). تخطيط المنهج في شكل موديوالات، فصل ١٤ متاح في

<http://www.publications.zu.edu.eg>

أبوفاره، يوسف (٢٠٠٧). التسويق الإلكتروني، عناصر المزيج التسويقي عبر الانترنت، الطبعة الثانية. (عمان ، الأردن: دار وائل للنشر و التوزيع)

أحمد، عبد الهادي عبد الله (٢٠١١). فاعلية استخدام نموذج التعلم البنائي في تنمية مهارات التفكير الإحصائي والتحصيل وبقاء أثر التعلم في الإحصاء لدى طلاب كليات التربية. مجلة القراءة والمعرفة، العدد ١١٢، الجزء الأول، كلية التربية، جامعة عين شمس.

إنزبل، مايك وآخرون (٢٠٠٦). التسويق. (بيروت: مكتبة لبنان)

الباتع، حسن و عبدالمولى، السيد (٢٠٠٩). التعلم الإلكتروني الرقمي (النظرية - التصميم - الانتاج). (الإسكندرية: دار الجامعة الجديدة).

بازرعة، محمود (٢٠٠٩). مذكرات في الإعلان. (عمان الأردن : دار وائل للنشر)

البقالى، زينب جعفر (٢٠١٢). تصميم موديول رقمى مقترح لتنمية الذكاء الوجدانى وعلاقته بالأداء

الأكاديمى لدى تلميذات الحلقة الثانية بمملكة البحرين في ضوء معايير ضبط الجودة اللازمة

للتعلم الإلكتروني. رسالة دكتوراه (غير منشورة)، كلية التربية، جامعة طنطا.

البكرى، فؤاد (٢٠٠٧) . التسويق السياحي، تخطيط الحملات الترويجية في عصر تكنولوجيا الاتصالات. (القاهرة: عالم الكتب).

بوحمدا، جعفر (٢٠١٠). أثر دمج الأنشطة الإلكترونية والسبورة الذكية على التحصيل الدراسى الاتجاه نحو التعلم الإلكتروني فى مقرر جامعى، رسالة ماجستير (غ.م) جامعة الخليج العربى، مملكة البحرين

توفيق، رائف و معلا، ناجى (٢٠٠٣). أصول التسويق مدخل تحليلي. (الأردن: دار وائل للنشر).

الجرف، ريماء (٢٠٠٩). تفعيل مقررات مودل الالكترونية فى المملكة العربية السعودية ، بحث مقدم

لمؤتمر التعليم الالكترونى الأول فى السعودية

الجزار، أسماء محمد فؤاد (٢٠١٦). استخدام موديول رقمى لتتمية بعض مفاهيم الاستثمار ببورصة الأوراق المالية لدى طلاب المدارس الثانوية التجارية المتقدمة. مجلة كلية التربية، جامعة طنطا، العدد الأول، (٦١) الجزء الأول، يناير ٢٠١٦، ٤٨٩-٥٣٢.

الجناينى، سعد (٢٠٠٩). المدخل المنظومى وعلاقته بعملية التعليم و التعلم، الجامعة الهولندية، لاهأى <http://www.crdp.org/ar/details/edumagazine/6247/9202>

حافظ، محمود أحمد (٢٠٠٧). فعالية استخدام نموذج التعلم البنائى فى تدريس الجغرافيا فى تنمية بعض الذكاءات المتعددة، والاتجاه نحو قضايا البيئة لدى طلاب الصف الأول الثانوى. الجمعية المصرية للمناهج وطرق التدريس، دراسات فى المناهج وطرق التدريس، كلية التربية، عين شمس، العدد ١٢٠ يناير، ٢٠٠٧، ١٥٥ - ١٨٦.

حدادين، باسم (٢٠٠٩). هل نجحت شركات التأمين فى الاستفادة من الانترنت ؟. مجلة رسالة التأمين تصدر عن الاتحاد الأردنى لشركات التأمين، السنة العاشرة، العدد (١) شهر أيار.

حسن أحمد وعبدالكريم، علاء (٢٠١٣). تأثير التسويق الالكترونى فى عناصر المزيج التسويقى للخدمة التأمينية. مجلة دراسات محاسبية ومالية. المجلد الثامن، العدد ٢٢.

حسن، هاشم و عبدالرحمن، أحمد (٢٠١٢). فن الإنتاج فى التأمين. (القاهرة: مطبعة اكتوبر الهندسية). حكيم، أحمد بن عبد المحسن وأخرون (١٤٢٥-١٤٢٦). حقبة تدريبيه فى مجال دمج التقنية فى التعليم. (الرياض: مكتبة الملك فهد الوطنية).

حمادة، أحمد وعلام، نهال (٢٠١٥). الدعاية و الإعلان. (القاهرة: مطابع الجمهورية للنشر).

الحمدانى، ادوارد (٢٠٠٦). التعلم الالكترونى فوائده ومتطلباته. مجلة رسالة التربية بسلطنة عمان، (١٣)، ٤٧-٤٨.

الحيله، محمد (٢٠٠٣). قراءة التدريس و استراتيجياته، ط ٣. (الإمارات العربية المتحدة ، العين : دار الكتاب الجامعى)

خطايبه، عبد الله البدور، وعدنان (٢٠٠٦). استخدام إستراتيجية الذكاءات المتعددة فى تدريس العلوم فى اكتساب طلبة الصف السابع الاساسى لعمليات العلم. مجلة رسالة الخليج العربى، الرياض، العدد التاسع والتسعون، السنة السابعة والعشرون، ١٣ - ٦٦.

خميس، محمد عطيه (٢٠٠٣). منتوجات تكنولوجيا التعليم. (القاهرة: مكتبة دار الكلمة).

خيري، منال (٢٠٠٧). تطوير منهج الاقتصاد بالمدرسة الثانوية العامة في ضوء التطورات الاقتصادية المعاصرة، و آثارها على تنمية مهارات التفكير في مجال الاقتصاد، رسالة دكتوراه (غ.م)، كلية التربية، جامعة حلوان.

رايح، أوكيل (٢٠١٥). محاضرات في مقياس تيسير قنوات التوزيع، جامعة أكلى مجند أو لحاج، البويره، كلية العلوم الاقتصادية و التجارية و علوم التيسير لطلبة السنوات الثالثة تسويق و إدارة الأعمال.

الزهيري، أحمد (٢٠١٣). تأثير التسويق الالكتروني في عناصر المزيج التسويقي بالخدمة التأمينية. مجلة دراسات محاسبية و مالية، المجلد الثامن، العدد (١٢٢)، الفصل الأول.

زيتون، حسن (٢٠٠٥). رؤية جديدة في التعليم "التعليم الالكتروني". المفهوم - القضايا - التطبيق - التقييم، المملكة العربية السعودية. (الرياض: دار الصوليتية للتربية).

زيتون، حسن حسين (٢٠٠٣). تعليم التفكير - رؤية تطبيقية في تنمية العقول المفكرة ، سلسلة أصول التدريس - الكتاب الخامس، ط١. (القاهرة: عالم الكتب).

زيتون، حسن و زيتون، كمال (٢٠٠٣). التعلم والتدريس من منظور النظرية البنائية، ط١. (القاهرة: عالم الكتب).

زين العابدين، إيمان محمد (٢٠٠٦). وحدة مقترحة في تنمية الوعي التأميني لدى طلاب المدارس الثانوية الفنية ، رسالة ماجستير (غ.م) ، كلية التربية ، جامعة طنطا.

سالم، حنان إسماعيل (٢٠٠٠). أثر استخدام الحاسب الآلي كمساعد تعليمي في تدريس الإحصاء على تنمية المهارات الإحصائية لدى طلاب الصف الثالث الثانوى التجارى. رسالة ماجستير(غ.م)، كلية التربية، جامعة عين شمس.

سالم، سيد (٢٠١٥). التأمين المبادئ و الأسس النظرية. (القاهرة ، مصر).

سرايا، عادل (٢٠٠٩). تكنولوجيا التعليم ومصادر التعليم ، مفاهيم نظرية و تطبيقات عملية. (القاهرة : مكتبة الرشد للنشر و التوزيع).

السقا، دينا سعيد (٢٠١٥). موديول رقمى مقترح لتنمية الفهم التاريخى والاتجاه نحو التعلم الرقمى لدى تلاميذ المرحلة الاعدادية ، رسالة ماجستير (غير منشورة)، كلية التربية ، جامعة طنطا.

سلام، أحمد عطية (٢٠١٦). وحدة رقمية في التربية الأمانية لتنمية المعرفة العلمية والقدرة على اتخاذ القرار لدى الطلاب المعلمين بالشعب العلمية بكلية التربية. مجلة كلية التربية، جامعة طنطا،

العدد الأول (٦١)، الجزء الأول يناير ٢٠١٦، ١٤٦-٢٠٢.

السلاموني، حنان (٢٠٠٦). فاعلية نموذج للتعليم البنوي في تنمية التحصيل والتفكير الابتكاري في مادة البيع والترويج لدى طلاب المدارس الثانوية التجارية، رسالة ماجستير (غ، م)، كلية التربية، جامعة قناة السويس.

السيد، أحمد جابر (٢٠٠١). استخدام برنامج قائم على نموذج التعلم البنائي الاجتماعي، وأثره على التحصيل، وتنمية بعض المهارات الحياتية لدى تلاميذ الصف الخامس الابتدائي. **الجمعية المصرية للمناهج وطرق التدريس، دراسات في المناهج وطرق التدريس، كلية التربية، جامعة عين شمس، العدد الثالث والسبعون، سبتمبر ٢٠٠١، ١٣-٤٧.**

السيد، عبدالعال (٢٠١٢). المتطلبات التربوية لتطبيق الأنشطة الالكترونية. **مجلة التعليم الالكتروني، (٩)، ١٤ أكتوبر ٢٠١٢.**

الشربيني، فوزى والطناوى، عفت (٢٠١١). **تطوير المناهج التعليمية.** (عمان: دار المسيرة للنشر والتوزيع).

صادق، أسامة (٢٠٠٩). **إدارة الإعلان المبادئ و الأصول العلمية.** (القاهرة: مطابع الجمهورية للنشر)

صقر، محمد (٢٠٠٧). فاعلية استخدام الوسائط المتعددة في تنمية التحصيل، وبعض مهارات عمليات العلم الأساسية لدى تلاميذ الصف الخامس الابتدائي واتجاهاتهم نحو الحاسب الآلى. **مجلة الجمعية المصرية للتربية العلمية، المجلد العاشر، العدد الأول.**

الصيرفي، محمد (٢٠٠٧). **التسويق الالكتروني، الطبعة الأولى (الإسكندرية: دار الفكر الجامعي)**

عبد الباسط، حسين أحمد (٢٠١١). **وحدات التعلم الرقمية تكنولوجيا جديدة للتعليم.**

(القاهرة: عالم الكتب).

عبد الحافظ، محمد (٢٠٠٩). **التسويق عبر الإنترنت، ط ١.** (القاهرة: دار الفجر للنشر و التوزيع)

عبدالحافظ، محمود (٢٠١١). **أثر نموذج بايبي للتعلم البنائي على تنمية بعض مهارات التعبير**

الشفهي، كلية التربية، جامعة الموصل، وزارة التربية و التعليم، بدولة الكويت

عبد الرحيم، إيمان محمد (٢٠٠٢). **ما مدى فاعلية برنامج تعليمي باستخدام الحاسب الآلى لتنمية الاتجاه**

نحو التعلم الذاتي لدى طلاب المرحلة الثانوية، رسالة ماجستير (م.غ)، كلية التربية، جامعة

المنوفية

عبد العزيز، حمدى أحمد وفوده، فانتن عبد المجيد (٢٠١١). تصميم المواقف التعليمية في المواقف الصفية التقليدية و الإلكترونية، ط١. (الأردن: دار الفكر).

عبد العزيز، دعاء عبد الرحمن (٢٠١٠). تصميم موديل رقمى مقترح فى التفاعلات الكيميائية لطلاب المرحلة الثانوية فى ضوء معايير الجودة للتعلم الإلكتروني. رسالة ماجستير (غير منشورة). كلية التربية، جامعة طنطا.

عبد المقصود، هالة محمد (٢٠٠٣). فعالية وحدة مقترحة لتنمية بعض المهارات التسويقية لدى طلاب الصف الثانى التجارى فى ضوء العولمة الاقتصادية. رسالة ماجستير (غ. م)، كلية تربية بنى سويف، جامعة القاهرة.

عبد الحميد، طلعت (٢٠٠٧). كيف تجتذب عميلاً دائماً؟ فن البيع المتميز، الطبعة الأولى. (القاهرة: مكتبة العبيكان).

عبد العزيز، حمدى أحمد (٢٠٠٨). أثر استخدام أساليب التقييم الصفى البديل على التنمية الاقتصادية وتحسين فعالية الذات لدى طلاب المدارس الثانوية التجارية. الجمعية المصرية للمناهج وطرق التدريس، دراسات فى المناهج وطرق التدريس، كلية التربية جامعة عين شمس. العبدلى، سمير و العبدلى، قحطان (٢٠٠٦). الترويج و الاعلان. (المملكة الأردنية الهاشمية : دار زهران للنشر)

العيسى، مسك اسماعيل (٢٠٠٦). فاعلية برنامج كمبيوتر باستخدام الوسائط المتعددة فى اكساب بعض مفاهيم الادراك المكانى لأطفال الرياض فى الجمهورية اليمنية. رسالة ماجستير (غير منشورة). معهد الدراسات والبحوث التربوية، جامعة القاهرة.

عبود، سالم (٢٠١١). اثر استراتيجية التسويق الإلكتروني فى نشاط التأمين فى العراق، دراسة تطبيقية فى شركة التأمين الوطنية. مجلة كلية بغداد للعلوم الاقتصادية الجامعة ، العدد ٢٧.

عبيدات، محمد (٢٠٠٦). مبادئ التسويق. (عمان ، الأردن: دار وائل للنشر)

عثمان، محمد (٢٠٠٠). الخطر و التأمين. (جامعة طنطا : كلية التجارة).

عثمان، ممدوح عبد الهادى (١٩٩٧). تطوير مقرر التسويق لطلاب الصف الثانى الثانوى التجارى فى ضوء الاحتياجات المهنية. المؤتمر العلمى الخامس، المجلد الثانى، كلية التربية، جامعة حلوان.

- عثمان، نيرمين (٢٠٠٨). تطوير منهج الاقتصاد بالمدارس الثانوية التجارية فى ضوء المعايير العلمية ومدخل تحسين الجودة المستمر "دراسة تجريبية"، رسالة ماجستير (غ.م)، كلية التربية، جامعة كفر الشيخ.
- عزام زكريا و حسونة، عبدالباسط و الشيخ، مصطفى (٢٠٠٩). مبادئ التسويق الحديث بين النظرية و التطبيق. (القاهرة، مصر).
- عزمى، نبيل (٢٠١٤). **بيئات التعلم التفاعلية**، ط ١. (القاهرة: دار الفكر العربى).
- عزى، اسحاق (٢٠٠٦). أثر استخدام دائرة التعلم فى تعديل الفهم الخطأ لبعض المفاهيم العلمية و الكيائية فى مادة العلوم لدى طالبات الصف السابع الأساسى. رسالة ماجستير (غير منشورة)، جامعة صنعاء، اليمن.
- عفيفى، زينب (٢٠٠٩). **الخطر و التأمين و الأسس النظرية و العلمية**. (جامعة طنطا: كلية التجارة، ٨٨-٨٩).
- العلاق، بشير و الطائى، حميد (٢٠٠٤). **تسويق الخدمات مدخل استراتيجى وظيفى**. (عمان، الأردن: دار زهران للنشر)
- على، أحمد و جاويش، أحلام (٢٠٠٣). **نظرية الخطر و التأمين**. (جامعة طنطا: كلية التجارة).
- على، نجاه (٢٠٠٨). فعالية برنامج الكترونى لتدريس مادة التجارة الدولية فى تنمية مهارات التفكير الناقد و الاتجاه نحو التعليم الالكترونى لطالب المدارس الثانوية الفنية المتقدمة التجارية، رسالة ماجستير، كلية التربية، جامعة بنها.
- عمار، بيومى (٢٠٠٩). **برنامج مهارات البيع و التسويق، و سياسات التسعير و خصومات البيع**، جامعة بنها.
- عمر، نشوى (٢٠١٠). فعالية منهج مطور فى التاريخ قائم على استخدام الموديولات التعليمية فى تنمية التحصيل المعفى والاتجاه نحو التعلم الذاتى لدى الطالبة المعلمة للتاريخ، كلية النبات، جامعة عين شمس.
- العمرى، أكرم والعمرى، خالد (٢٠١٠). **أثر التعلم البنائى المنفذ من خلال الحقايب التعليمية على تحصيل تلاميذ الصف الأول الأساسى فى مادة العلوم و الاحتفاظ بها**. مجلة جامعة أم القرى للعلوم التربوية و النفسية، المجلد الثانى، العدد الأول، يناير ٢٠١٠، ١٤٦-١٨٥.
- عوكر، حنا (٢٠٠٠). **أسس النظرية البنائية فى عملية التعلم و التعليم و تطبيقاتها التربوية**. مكتب الإعدام و التدريب المركزى التربوى للبحوث و الإنماء، ٢٢١.

الغبارى، عماد محمد (٢٠١١). موديول رقمى مقترح لتنمية الوعى بالتراث الوطنى وبعض مهارات التفكير التاريخى لدى تلاميذ المرحلة الإعدادية، رسالة دكتوراه (غير منشورة)، كلية التربية، جامعة طنطا.

الفار، إبراهيم عبد الوكيل (٢٠١٢). تكنولوجيا القرن الحادي والعشرين تكنولوجيا (ويب، ٢). (طنطا: جامعة طنطا: كلية التربية، الدلتا لتكنولوجيا الحاسبات).

الفار، زياد (٢٠١١). مدى فاعلية استخدام الرحلات المعرفية عبر الويب (web quests) فى تدريس الجغرافيا للتعليم الأساسى، رسالة ماجستير، كلية التربية، جامعة الأزهر، غزة.

فارس، نجلاء (٢٠١٢). الألعاب الرقمية التعليمية ، نظرة عامه على الأسس التربوية و النفسية القائمة عليها، رسالة دكتوراه (غ.م) ، كلية التربية النوعية ، جامعة جنوب الوادى.

فرج، عصام الدين (٢٠٠٤). أسس الإعلان. (القاهرة: مطابع الجمهورية للنشر).
فرج، عصام وأبو علفه، أمين (٢٠٠٢). تسويق متقدم - التوزيع (المفاهيم ، الإستراتيجيات ، العمليات). (الإسكندرية: مؤسسة حورس الدولية).

فوده، فانتن عبد المجيد (١٩٩٩). فاعلية استراتيجية مقترحة قائمة على الاكتشاف الموجه و خرائط المفاهيم فى تحصيل مادة الاقتصاد لدى طلاب المدارس الثانوية التجارية و اتجاهاتهم نحو دراسة المادة ، رسالة ماجستير (غ.م) ، كلية التربية ، جامعة طنطا.

فوده، فانتن عبد المجيد (٢٠٠٧). أثر استخدام بعض نماذج التعلم البنائى على تنمية مهارات التفكير و الذكاء الإجتماعى فى أداء مهارات البيع و التوزيع لدى طلاب مدارس الإدارة و الخدمات. الجمعية المصرية للمناهج وطرق التدريس، دراسات فى المناهج وطرق التدريس، عين شمس، العدد ٢٧ بعد المائة، أغسطس ٢٠٠٧، ١٢٢-١٧٦.

فوده، فانتن عبد المجيد (٢٠١٢). استراتيجية مدمجة قائمة على الأنشطة الإلكترونية التفاعلية و فاعليتها فى تنمية المفاهيم التسويقية والدافعية نحو التعلم الذاتى لدى طلاب المدارس الثانوية التجارية. الجمعية المصرية لتكنولوجيا التعليم، سلسلة دراسات وبحوث محكمة، المجلد الثانى والعشرون، العدد الثالث، يوليو ٢٠١٢، ٥-٤١.

فوده، فانتن عبد المجيد وأبو الخير، أمينة محمود (٢٠١٦). فاعلية تصميم موديول رقمى فى تنمية بعض المهارات المصرفية لدى طلاب التعليم الفنى التجارى. مجلة كلية التربية، جامعة الزقازيق، العدد (٩٦)، يوليو ٢٠١٦، ٣٠٩-٣٤٧

الكندري، بدرية (٢٠٠٨). أثر استخدام الأنشطة الإلكترونية في التعليم المدمج على التحصيل الدراسي ورضا الطلاب في مقرر التربية البيئية في جامعة الكويت. رسالة ماجستير (غ.م.)، جامعة الخليج العربي، مملكة البحرين.

مبارز، منال عبد العال (٢٠٠٠). فعالية الكمبيوتر في تدريس التسويق لطلبة المرحلة الثانوية التجارية، رسالة ماجستير (غ.م.)، معهد الدراسات والبحوث التربوية، جامعة القاهرة

مبارز، منال عبد العال (٢٠٠٤). برنامج مقترح في التجارة الإلكترونية لطلاب التعليم الثانوى التجارى فى ضوء متطلبات سوق العمل، رسالة دكتوراه (غ.م.)، معهد الدراسات التربوية، جامعة القاهرة.

محمد، الجاذية (٢٠١٦). **مذكرات فى التسويق**. مدونة عام ٢٠١٦-٢٠١٧

محمد، عثمان و الكاشف، عبدالهادى (٢٠٠٨). **فن البيع و الترويج**. (القاهرة: مطابع دار أخبار اليوم).
المصرى، سلوى (٢٠١١). فعالية استخدام مدونة تعليمية فى زيادة تحصيل طلاب المرحلة الإعدادية للمفاهيم المجردة فى مادة الكمبيوتر والاتجاه نحو المادة. **مجلة العلوم التربوية**، مجلد ١٩، ع (٤)، ج (١)، أكتوبر ٢٠١١، ١٦٩-٢٢٨

المطيرى، غادة (٢٠١٣). فعالية تصميم الأنشطة الالكترونية فق نموذج التعلم البنائى لبابى (Bybee's Model) على التحصيل و المهارات العلمية فى مقرر جامعى ، جامعة الملك فيصل، كلية الدراسات العليا ، مملكة البحرين

معلا، ناجى و توفيق، رائف (٢٠٠٥). **أصول التسويق**. (عمان ، الأردن: دار وائل للنشر)
النجار، حسن (٢٠٠٩). برنامج مقترح لتدريب أعضاء هيئة التدريس لجامعة الأقصى على مستحدثات تكنولوجيا التعليم فى ضوء احتياجاتهم التدريبيه. **مجلة الجامعة الإنسانية** (سلسلة الدراسات الإنسانية)، ٧٠٩-٧٥١.

نوبى، أحمد (٢٠١٠). فعالية استراتيجية لإدارة تعلم أنشطة التعليم الالكتروني فى ضوء مبادئ التعلم البنائى على التحصيل ومهارة حل المشكلات لطلاب الدراسات العليا لجامعة الخليج العربى. **مجلة الجمعية المصرية لتكنولوجيا التعليم**، عدد يناير ٢٠١٠.

النور أحمد (٢٠٠٥). **الإعلان (الأسس و المبادئ)**. (القاهرة: مطابع الجمهورية للنشر).
الهدله، مصطفى و حسن، حسن (٢٠١٠). **إدارة المخاطر و التأمين - تسويق الخدمات التأمينية**.
جامعة الكويت: كلية التربية)

وزارة التربية و التعليم (٢٠١٦). **وزارة التربية و التعليم، قطاع التعليم التجارى (٢٠١٦ / ٢٠١٧)**
الأهداف العامة، للتعليم الفنى التجارى.

وزارة التربية والتعليم (٢٠١٣). قطاع الكتب (٢٠١٣ / ٢٠١٤). مقرر فن الإنتاج فى التأمين للصف الثالث الثانوى التجارى "شعبة تأمينات" ، ١-١٧١.

اليمانى، سماح (٢٠٠٦). تطوير الكفايات التسويقية لطلاب مدارس الإدارة و الخدمات فى ضوء المعايير العالمية، رسالة ماجستير، كلية التربية، جامعة طنطا.

المراجع الأجنبية:

- Bybee, R. (2006). Taylor, Grand mer scotter, westbrook Landes. The bscs of instructional model. origin and effectiveness Colorado springs-Airport prepared for the office of science education national institutes of heather, color a springs. *Biological science curriculum study (bscs)*.
- Chong, J. & Pink, M. (2008). *Bridging the common molecules collection and the science classroom: Attractive and Inquiry-Stimulating Reciprocal Net learning Modules*. Available At: <http://www.chedccee.org/confchem/2008/b/p5.html>
- Dlindon, F., Jallat le marketing (2005). *Etudes Moyensd, action strategy Paris, Dunod , 5^{eme} edition*.
- Jacobs, D., et. al. (1997). Effects of cooperative learning method an mathematics achievement and effective outcomes of students in a private elementary school. *Journal of Research and Development in Education, V.9,N.4*.
- Kotler A.(2004). *Principles of marketing premtice*. Hallnj.
- Lovelock, C. (2004). *Services marketing people technology and strategy*. 7th edition-prentic hall , NJ. 9-13.
- Margaret, A. & Pac, O.(2009). Modern office technology and the secretary's productivity in private business organizations. *African Journal of Business Management, V. 3 (8), 333-339*.
- Schindler R. M. (2012). *Pricing strategies A Marketing approach, chapter 1*, page 15 link.
- Seribas , D. & Byran , A. (2010). The efficiency of met a cognitive development embedded within a motivating Iabreg adding pre-service science teachers learning outcomes international. *Journal of human sciences, 7 (1)*
- Simonson, M. (2005). *Teaching and learning at a distance: Foundations of distance education, upper Saddle River: NJ: Prentice -Hall*
- Trowbridge, L. & Bybee, R. (1990). *Becoming a secondary school science teacher. Merril Publishing Company*. Available At :[http://: www.mvhs 1. mbhs. edu/ mvhsproj/ learning cycle/ Ic. Hml](http://www.mvhs 1. mbhs. edu/ mvhsproj/ learning cycle/ Ic. Hml)