

## المقدمة:

تتشكل الحضارة الإنسانية وتقوى بتغلبها على التحديات التي تواجهها والحضارة المعاصرة تصارع تحديات متنوعة فرضت على جميع المجتمعات باختلاف مستوياتها الاقتصادية والاجتماعية والثقافية والعرقية؛ التعاون والمشاركة من أجل مجابهة تلك التحديات وتخطيها بأيسر السبل وفي التوقيت المناسب، وبأسلوب يحقق التنمية لجميع المجتمعات والشعوب بشكل شامل ومستدام يعتمد على كافة الإمكانيات المادية والبشرية المتاحة.

وتسعى منظمة الأمم المتحدة جاهدةً لمجابهة تلك التحديات؛ باتخاذها إجراءات متنوعة من بينها دعوة المجتمع الدولي لتبنى أهداف التنمية المستدامة، وقد بدأ تنفيذها في الأول من يناير سنة ٢٠١٦ بعد اعتمادها من قادة العالم في سبتمبر ٢٠١٥ وسيظل تنفيذها حتى نهاية ٢٠٣٠ (الطلافحة، ٢٠١٧، ١٣)، وقد اشتملت على الأهداف التالية:

١. القضاء على الفقر بجميع أشكاله في كلّ مكان.
٢. القضاء على الجوع، وتوفير الأمن الغذائي والتغذية الجيدة، وتعزيز الزراعة المستدامة.
٣. ضمان تمتّع الجميع بأنماط عيش صحيّة وبالرفاهية لجميع الأعمار.
٤. ضمان التعليم الجيّد والشامل للجميع، وتعزيز فرص التعلّم مدى الحياة للجميع.
٥. تحقيق المساواة بين الجنسين، وتمكين كلّ النّساء والفتيات.
٦. ضمان توافر المياه، والصرف الصحي للجميع.
٧. ضمان حصول الجميع على خدمات الطاقة الحديثة المتجددة والمستدامة، وبتكلفة ميسورة.
٨. تعزيز النمو الاقتصادي المطّرد والشامل والمستدام للجميع، والعمالة الكاملة والمنتجة، وتوفير العمل اللائق للجميع.

٩. إقامة بنية تحتية قادرة على الصمود، وتحفيز التصنيع الشامل والمستدام للجميع، وتشجيع الابتكار.

١٠. الحدّ من انعدام المساواة داخل البلدان، وفيما بينها.

١١. جعل المدن والتجمعات البشرية شاملة للجميع، وآمنة ومُستدامة وقادرة على الصمود.

١٢. ضمان وجود أنماط استهلاك وإنتاج مُستدامة.

١٣. اتّخاذ إجراءات عاجلة للتصدّي لتغيّر المناخ وآثاره.

١٤. حفظ المحيطات والبحار والموارد البحرية، واستخدامها على نحو مُستدام؛ لتحقيق التنمية المُستدامة.

١٥. حماية النظم الإيكولوجية البرية وترميمها وتعزيز استخدامها على نحو مستدام.

١٦. السلام والعدل وتعزيز المؤسساتية.

١٧. تعزيز وسائل تنفيذ الشراكة العالمية وتنشيطها من أجل التنمية المستدامة.

وتعد القوى البشرية المؤهلة في أي مجتمع ثروته الحقيقية والمحرك الرئيس له في عمليات التنمية الشاملة والمستدامة، وأداته الفاعلة لتحقيق أهدافه، ولقد فرضت التغيرات الاجتماعية والاقتصادية والسياسية التي حدثت في العقود الثلاثة الماضية تطورات عالمية هائلة في مجالات الاقتصاد والاجتماع والعلم والتقنية والثقافة تمثلت في ثورة الاتصالات وتكنولوجية المعلومات، ولم تعد هناك أمة من الأمم تستطيع العيش مستقلة بذاتها (الحبشي، ٢٠١٤، ٣:٥)، وأصبحت ملزمة بالتوجهات الدولية في مجالات التنمية المستدامة.

وينظر إلى التعليم كتوجه أمثل لتحقيق أهداف التنمية المستدامة ، كونه سبيل يزود الأفراد بالمعارف والمهارات والكفاءات والخبرات الضرورية للتكيف مع متطلبات العيش في المجتمع المعاصر (جعفر ، ٢٠١٧ ، ٧٥ ) ، ويعد التعليم الثانوي من أهم مراحل

## "دراسات في التعليم الجامعي" المؤتمر الدولي الثالث عشر ١٠-١١ أكتوبر ٢٠٢٠م

السلم التعليمي ، يهدف إلى تكوين شخصية الفرد القادرة على أحداث التنمية والتفاعل الإيجابي مع المجتمع (بغدادى ، ٢٠٢٠ ، ٦٥٨ ) ، ويتولى التعليم الثانوي للسياحة والفنادق تعليم وتدريب الملتحقين به على مهارات مهنية وعلمية واجتماعية تمكنهم من العمل في قطاع السياحة الذى يعد أحد أهم رواد الدخل القومي والتنمية المستدامة (بسيونى، ٢٠١٣، ٧-٩) .

وتسعى الدول السياحية ومن بينها مصر على زيادة نصيبها من حركة السياحة الدولية التي تتنامى وتتزايد بصورة دائمة ، ويمثل التسويق السياحي أحد العناصر الرئيسية في تحسين موقف الدول في سوق السياحة العالمية (الدسوقي ، ٢٠١٦ ، ٦٣٨) ، ويهدف التسويق السياحي إلى تحسين العائد السياحي وتنميته من ناحية التدفق السياحي ، سواء كان بزيادة أعداد السائحين أو الليالي السياحية أو تعظيم الإيرادات السياحية خلال فترة زمنية معينة ، والحصول على رضا السائحين واشباع حاجاتهم ورغباتهم المتنوعة ، مع فتح أسواق جديدة ، وتحقيق سمعة طيبة ، والتميز في تقديم الخدمة السياحية .

ويجب أن يمتلك مسئول التسويق السياحي مجموعة من المهارات التسويقية مثل اللباقة واللياقة وحسن التصرف والقدرة على الإقناع والابتكار والتجديد ، والقدرة على اتخاذ القرار السليم ، والسيطرة على النفس في مواجهة ضغط العمل ومهارات التواصل ، وطرح الأسئلة ، مع القدرة على متابعة حرجة البيع والترويج وتطوراتها ومتابعة البحوث المرتبطة بها بالإضافة إلى مهارات العمل المكتبي من جمع معلومات وفرزها وإعداد التقارير ، والتخطيط والتنظيم ورسم السياسات الدعائية والاعلانية المناسبة ، مع مهارات التجارة الالكترونية والدفع الإلكتروني ، ودراسة وتحليل الأسواق السياحية وحركة المنافسين و مهارات التأثير في العملاء ، ومهارات استغلال عناصر الجذب السياحي وإعداد الخطة التسويقية (الدسوقي ، ٢٠١٦ ، ٦٣٩) ، ولعل مهارات التسويق السياحي

التي يجب أن يمتلكها المشتغل بالسويق السياحي من الأهمية بمكان في التعليم الثانوي للسياحة والفنادق لما لها من تأثير في نوعية خريج هذا النوع من التعليم .  
ويتميز العمل في قطاع السياحة والفنادق بالاعتماد على فرق العمل في جميع مناطق الضيافة والخدمة السياحية ، ويتفرد المنتج السياحي بأنه محصلة فرق عمل متعاونة وفعالة ، وينظر لفريق العمل السياحي باعتباره مسرماً لقيام العلاقات وحل المشكلات التي تتطلب عدة مهارات لا تتوفر جميعها وبنفس القدر في فرد واحد، أو في إدارة واحدة ، لذلك تلجأ معظم المؤسسات السياحية إلى تكوين فرق العمل من كافة التخصصات والإدارات التي قد تحتاج إليها في مجال خدمة السائحين ، ولذا تسعى كافة المؤسسات للمحافظة علي فرق العمل المتميزة خصوصاً وأن السائح أصبح أكثر إلحاحاً ووعياً ، ويواجه مشكلات معقدة ويطلب حلاً سريعاً لها حتى لا يخسر وقته أو يتعطل برنامجه السياحي ( Michael.2012.17-22 ) .

ويرى كلا من (رشوان ، ٢٠١٦ ، ١١٧-١٢٣) و (كسناوى ، ٢٠١٩ ، ٣٢٤) أن هناك مجموعة من المهارات الضرورية لا بد لأعضاء الفريق من امتلاكها لإنجاز العمل وتحقيق الأهداف والمهام المطلوب تنفيذها، التي تشمل على:

١. مهارات شخصية: مثل مهارات التعامل مع أعضاء الفريق لإنجاز العمل بصورة جيدة، وتتمثل في: حُسن إصغاء الفرد، وتقديم العون، والقدرة على التعبير عن الرأي وتوضيح الأفكار لأعضاء الفريق، وضبط النفس وغيرها من مهارات الاتصال الفعّال والتعاون التي تساعد على إنجاز المهام المطلوب إنجازها.
٢. مهارات إدارية: وهي التي تُؤهل الفرد لأن يكون قائداً لمجموعة عمل، بحيث تمكّنه من تقسيم الأعمال وتوزيعها على كل أفراد المجموعة، كما تمكّنه من حلّ النزاعات والخلافات التي قد تظهر داخل المجموعة، أو بين فريق عمله والفرق الأخرى.

## "دراسات في التعليم الجامعي" المؤتمر الدولي الثالث عشر ١٠-١١ أكتوبر ٢٠٢٠م

وقد اهتمت دراسة (حسانين، ٢٠٠٧)، ودراسة (نصار، ٢٠١٠)، ودراسة (سلامة، ٢٠١٨) بتقييم وتطوير التعليم الثانوي للسياحة والفنادق؛ والتي أظهرت ندرة الاهتمام بالعديد من المهارات الضرورية للعمل في القطاع السياحي، ومنها مهارات التسويق السياحي ومهارات العمل في فريق، وبالرغم من أهميتها التعليمية والمهنية والاجتماعية، ولا يوجد منهج دراسي يسعى لتنميتها لدى طلاب التعليم الثانوي للسياحة والفنادق ويكون قائم على أهداف التنمية المستدامة (بسيوني، ٢٠١٣).

### الإحساس بالمشكلة:

١. متابعة الباحث لميدان في مجال تعليم السياحة والفنادق نظرا لارتباطه الأكاديمي والمهني في مجال التعليم التجاري والسياحي، والتي أوضحت عدم وجود منهج مبنى على أهداف التنمية المستدامة للأمم المتحدة ٢٠٣٠، وندرة الاهتمام مهارات التسويق السياحي والعمل في فريق لدى طلاب التعليم الثانوي للسياحة والفنادق.

٢. للتأكد من مشكلة البحث قام الباحث بالإجراءات التالية:

أ. الاطلاع على الأهداف التعليم الثانوي للسياحة والفنادق والتي تنص على أهمية تنمية مهارات التسويق السياحي ومهارات العمل في فريق، والارتباط بأهداف التنمية المستدامة عالميا، إلا أنه لا يوجد منهج لتحقيق تلك الأهداف مجتمعة.

ب. الاطلاع على الدراسات السابقة من بينها الدراسات أرقام (٣، ٤، ٦، ٧، ٩، ١٢، ١٤، ١٦، ٢١، ٢٧، ٣٨، ٤٢، ٤٦، ٥٠، ٥٣) بقائمة المراجع والتي أظهرت عدم وجود منهج قائم على أهداف التنمية ٢٠٣٠ وندرة الأبحاث التي اهتمت مهارات التسويق السياحي والعمل في فريق.

ت. إجراء مقابلات مفتوحة وغير مقننة مع عدد خبراء الميدان والمعلمين، عدد (١١) معلم، عدد (٥) خبير سياحي، عدد (٦) إداري المؤسسات السياحية، وقد تبين ما يلي:

١. مستوى طلاب التعليم الثانوي للسياحة والفنادق في مهارات التسويق السياحي لا يرتقي وتطلعات وطموحات مجال السياحة والفنادق الذي يتسم بالعالمية.

٢. مستوى طلاب التعليم الثانوي للسياحة والفنادق في مهارات العمل في فريق لا يتناسب وعملية المنافسة الشرسية بين المؤسسات العاملة في المجال.

٣. يحتاج طلاب التعليم الثانوي للسياحة والفنادق إلى تنمية مهارات التسويق السياحي لمواكبة طموحات لمؤسسات العاملة في المجال من خلال تصميم منهج قائم على أهداف التنمية المستدامة ٢٠٣٠.

٤. يحتاج طلاب التعليم الثانوي للسياحة والفنادق إلى تنمية مهارات العمل في فريق لمواجهة المنافسة الشرسية بين المؤسسات العاملة في المجال.

### مشكلة البحث:

تمثلت مشكلة البحث " الحاجة إلى منهج قائم على أهداف التنمية المستدامة للأمم المتحدة ٢٠٣٠ لتنمية مهارات التسويق السياحي والعمل في فريق لدى طلاب التعليم الثانوي للسياحة والفنادق ".

### أسئلة البحث:

حاول البحث الحالي الإجابة عن الأسئلة التالية:

١. ما التصميم المقترح لمنهج قائم على أهداف التنمية المستدامة للأمم المتحدة ٢٠٣٠ لتنمية مهارات التسويق السياحي والعمل في فريق لدى طلاب التعليم الثانوي للسياحة والفنادق.

٢. ما فاعلية المنهج المقترح في تنمية مهارات التسويق السياحي لدى طلاب التعليم الثانوي للسياحة والفنادق؟

٣. ما فاعلية المنهج المقترح في تنمية مهارات العمل في فريق لدى طلاب التعليم الثانوي للسياحة والفنادق؟

### فروض البحث:

حاول البحث الحالي التحقق من صحة الفروض التالية:

• يوجد فرق ذو دلالة إحصائية عند مستوى (٠,٠١) بين متوسطي درجات الطلاب المجموعة التجريبية في التطبيق القبلي والتطبيق البعدي لاختبار مهارات التسويق السياحي لصالح التطبيق البعدي.

• يوجد فرق ذو دلالة إحصائية عند مستوى (٠,٠١) بين متوسطي درجات الطلاب المجموعة التجريبية في التطبيق القبلي والتطبيق البعدي لاختبار مهارات العمل في فريق لصالح التطبيق البعدي.

• توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين درجات طلاب المجموعة التجريبية في التطبيق البعدي لاختبار مهارات التسويق السياحي، واختبار مهارات العمل في فريق.

### أهداف البحث:

يهدف البحث الحالي إلى تحقيق ما يلي:

١. تقديم تصميم مقترح لمنهج قائم على أهداف التنمية المستدامة للأمم المتحدة ٢٠٣٠.

٢. تنمية مهارات التسويق السياحي لدى طلاب التعليم الثانوي للسياحة والفنادق.

٣. تنمية مهارات العمل في فريق لدى طلاب التعليم الثانوي للسياحة والفنادق.

٤. التحقق من فاعلية منهج قائم على أهداف التنمية المستدامة للأمم المتحدة ٢٠٣٠ لتنمية مهارات التسويق السياحي والعمل في فريق لدى طلاب التعليم الثانوي للسياحة والفنادق.

## أهمية البحث:

قد يفيد البحث الحالي فيما يلي:

١. تحديد مهارات التسويق السياحي اللازمة لطلاب التعليم الثانوي للسياحة والفنادق.
٢. تحديد مهارات العمل في فريق اللازمة لطلاب التعليم الثانوي للسياحة والفنادق.
٣. تصميم مناهج قائمة على أهداف التنمية المستدامة للأمم المتحدة ٢٠٣٠ لأغراض تعليمية متنوعة.

## حدود البحث:

الترم البحث الحالي بالحدود التالية:

١. الحدود الزمنية: الفصل الدراسي الأول من العام الجامعي ٢٠١٩-٢٠٢٠.
٢. الحدود المكانية: المدارس الثانوية للسياحة والفنادق بمحافظة الجيزة.
٣. الحدود البشرية: عينة من طلاب مدرسة الشيخ زايد الفندقية الفرقة الثانية.
٤. الحدود المؤسسية: كلية التربية جامعة حلوان.
٥. الحدود الموضوعية: تجريب أربعة وحدات دراسية من المنهج المقترح

## مصطلحات البحث:

١. أهداف التنمية المستدامة للأمم المتحدة ٢٠٣٠ United Nations

## :Sustainable Development Goals

هي دعوة عالمية من منظمة الأمم المتحدة للعمل على إنهاء الفقر وحماية الكوكب وضمان تمتع جميع الناس بالسلام والازدهار بحلول عام ٢٠٣٠، من خلال السعي نحو تحقيق أهداف التنمية المستدامة السبعة عشر المتكاملة والشاملة، والتنمية يجب أن توازن بين الاستدامة الاجتماعية والاقتصادية والبيئية، مما يجعل الإبداع والمعرفة والتكنولوجيا والموارد المالية غاية كل أطراف المجتمع.



## ٢. مهارات التسويق السياحي: **tourism marketing skills**

يعرفها الباحث إجرائياً بأنها " مجموعة السلوكيات المهنية، والمعايير التنفيذية والإجراءات التي تهتم بعناصر المزيج التسويقي السياحي التي تتمى لدى طلاب التعليم الثانوي للسياحة والفنادق من منهج مقترح قائم على أهداف التنمية المستدامة ٢٠٣٠، ويمكن قياسها باختبار مهارات التسويق السياحي المستخدم في البحث الحالي.

## ٣. مهارات العمل في فريق **team work skills** :

يعرفها الباحث إجرائياً بأنها " مجموعة من المهارات الشخصية والاجتماعية والإدارية التي تتمى لدى طلاب التعليم الثانوي للسياحة والفنادق من منهج مقترح قائم على أهداف التنمية المستدامة ٢٠٣٠، ويمكن قياسها باختبار مهارات العمل في فريق المستخدم في البحث الحالي".

## منهج البحث:

اتبع البحث الحالي المنهج الوصفي بالرجوع إلى البحوث والدراسات ذات الصلة والمنهج التجريبي لتحديد فاعلية المنهج المقترح في تنمية مهارات التسويق السياحي ومهارات العمل في فريق اللازمة لطلاب التعليم الثانوي للسياحة والفنادق.

## أدوات البحث والقياس:

٤. قائمة مهارات التسويق السياحي اللازمة لطلاب التعليم الثانوي للسياحة والفنادق.
٥. قائمة مهارات العمل في فريق اللازمة لطلاب التعليم الثانوي للسياحة والفنادق.
٦. منهج مقترح قائم على أهداف التنمية المستدامة للأمم المتحدة ٢٠٣٠.
٧. دليل المعلم لتدريس المنهج المقترح.
٨. اختبار مهارات التسويق السياحي لطلاب التعليم الثانوي للسياحة والفنادق.
٩. اختبار مهارات العمل في فريق لطلاب التعليم الثانوي للسياحة والفنادق.

## الإطار النظري

### المحور الأول: التنمية المستدامة:

تشكل التنمية بأنواعها عملية ديناميكية شاملة ومستمرة تستهدف تعديل الأدوار والمراكز وتحريك الإمكانات المتعددة الجوانب وإعادة تكوين الهياكل الاجتماعية نحو تحقيق هدف التغيير في المعطيات الفكرية والقيمية وبناء دعائم الدولة العصرية، من خلال تكافل القوى البشرية وتعاونها لرسم الخطط والاستراتيجيات العلمية التنموية، وتنفيذها في صورة مشروعات فاعلة تؤدي مخرجاتها إلى إحداث التغييرات المستهدفة.

#### ١. مفهوم التنمية المستدامة:

تتبنى منظمة الأمم المتحدة تعريف التنمية المستدامة كنموذج شامل، وقد تم توصيف مفهوم التنمية المستدامة في تقرير لجنة برونتلاند «١٩٨٧ التنمية التي تلبي احتياجات الحاضر دون المساس بقدرة الأجيال المقبلة على تلبية احتياجاتها الخاصة»؛ الاستدامة هي نموذج للتفكير حول المستقبل الذي يضع في الحسبان الاعتبارات البيئية والاجتماعية والاقتصادية في إطار السعي للتنمية وتحسين جودة الحياة (UNESCO,2015,5)

ويعد تعريف منظمة الزراعة والاعذية العالمية (FAO) للتنمية المستدامة هو الأكثر شمولاً بأنها " إدارة كافة الموارد والحفاظ عليها وتوجيه عملية التغيير البيولوجي والمؤسسي ليتحقق إشباع الحاجات الإنسانية للأجيال الحاضرة والمقبلة بصفة مستمرة في كل القطاعات الاقتصادية ، ولا تؤدي إلى تدهور البيئة وتراعي حق الأجيال القادمة في الثروات الطبيعية للمجال الحيوي لكوكب الأرض ، كما أنها تضع الاحتياجات الأساسية للإنسان في المقام الأول، فأولوياتها هي تلبية احتياجات الفرد من الغذاء والسكن والملبس وحق العمل والتعليم والحصول على الخدمات الصحية وكل ما يتصل بتحسين نوعية حياته المادية والاجتماعية وهي تنمية تشترط ألا تأخذ من الأرض أكثر مما نعطي و يجب أن تتسم التنمية بالقابلية والقبول (Grosskurth & Rotmans, 2005: 135-151)

## ٢. أبعاد التنمية المستدامة:

تشمل التنمية المستدامة جوانب متعددة ومتنوعة تكاملية ويوجد تداخل بين أبعادها تتفاعل جميعها لتحقيق أهداف التنمية وتتمثل هذه الأبعاد فيما يلي (Giacomo, 2007.11):

### أ. أبعاد البيئة الطبيعية:

تشكل البيئة الطبيعية البعد الأول للتنمية المستدامة لما تمثله من تأثير في حياة البشرية ويكون التدخل الإنساني فيها هو الدور الرئيس والفعال في تحديد طبيعة التنمية الحالية والمستقبلية وتشمل تلك الأبعاد على، النظام البيئي، الموارد الطبيعية، التنوع البيئي، والقدرة على مواجهة الاحتياجات، وتسعى التنمية المستدامة للمحافظة على البيئة ومواجهة التحديات البيئية التي ترتبط بالتدخل الإنساني فيها.

### ب. الأبعاد الاجتماعية:

تعد قضايا التعامل مع التجمعات البشرية، والبحث في تأثير التنمية المستدامة على الحياة المعيشية من ابعاد التنمية المستدامة التي تتطلب الحفاظ على الرأس مال البشرى وتحسين البيئة الاجتماعية التي تحيط به، وتشتمل على التعليم الجيد والتعامل مع النمو السكاني وتعظيم دور المرأة في التنمية الشاملة المستدامة (Nierenberg,2012,2).

### ت. الأبعاد الاقتصادية:

تتمثل الأبعاد الاقتصادية في المؤشرات الحالية والمستقبلية للأنشطة الاقتصادية في الإنتاج والاستهلاك، تتضح في بعد الرعاية الاجتماعية وتعزيز الدخل والبحث في الإنتاج الأكثر كفاءة والاستهلاك الأكثر رشداً، وتحقيق المستوى اللائق في التوظيف واستقرار الأسعار، وتهتم التنمية المستدامة هنا بكل الإجراءات التي تساعد على تكريس الموارد الطبيعية لأغراض التحسين المستمر في مستويات المعيشة (UN,2013,1).

### ث. الأبعاد التكنولوجية:

ترعى التنمية المستدامة عمليات التحول إلى تكنولوجيات أنظف وأكثر كفاءة وأعظم رشداً في استهلاك الطاقة وغيرها من الموارد الطبيعية، والعمل على أساليب إعادة تدوير أفضل، وهذا يتطلب استثمارات أعظم في مجالات التعليم والتنمية البشرية، ويوضح التعاون التكنولوجي صورة التفاعل بين الأبعاد الاجتماعية والاقتصادية والبيئية في تحقيق أهداف التنمية المستدامة ((Ilan & Otherk,2019,517)).

### ٣. أهداف التنمية المستدامة " وثيقة ٢٠٣٠ ":

تبنيت منظمة الأمم المتحدة أهداف التنمية المستدامة لرفاهية المجتمعات والدول ، وفي أعقاب قمة الأرض في ١٩٩٢ أصبحت الحكومات والمجتمعات مسؤولة عن ابتكار الخطط المستدامة ، وللقيام بذلك يجب أن تحدد الحكومات والمجتمعات المدنية الأولويات ومن ثم تبني أهداف الاستدامة و خطط تحقيقها من الناحية المثالية على المستوى الوطني ، بكل وزارة أو قسم يجب أن يتبنى مبادئ الاستدامة في أهدافه وخطته وسياساته و من خلالها جميع قطاعات الحكومة والمجتمع تتجه بالعمل نحو التنمية المستدامة ، كما اعتمدت الدول الأعضاء في الدورة السبعين للجمعية العامة للأمم المتحدة خطة عالمية جديدة للتنمية بعنوان "تحويل عالمنا" خطة التنمية المستدامة ٢٠٣٠ ، ودعت الحكومات إلى تبني الأهداف السابعة عشر للتنمية المستدامة ( UN.2015.7).

تبلور مفهوم التنمية الجديد باعتباره مفهوم مرتبط بالتنمية البشرية المستدامة على يد برنامج الأمم المتحدة الإنمائي " united nation development program " والتي تشير إلى رأس المال الاجتماعي ، الذي يعنى توسيع اختيارات الأفراد وقدراتهم بأفضل طرق العدالة التي تلبي احتياجات الأجيال الحالية بدون تعريض حاجات الأجيال المستقبلية للخطر ، " ومن أبرز ما يميز خطة التنمية المستدامة لعام ٢٠٣٠ بُعدها

## "دراسات في التعليم الجامعي" المؤتمر الدولي الثالث عشر ١٠-١١ أكتوبر ٢٠٢٠م

العالمي وعدم قابليتها للتجزئة، فهي تستهدف بلدان العالم كافة وعلى جميع البلدان التي وقعت على الخطة مواءمة جهودها التنموية بهدف زيادة الرخاء، و يتعين علي التعليم الإسهام في بلورة رؤية جديدة إزاء التنمية العالمية المستدامة» (اليونسكو، ٢٠١٥) .

### ٤. التعليم من أجل التنمية المستدامة:

يتطلع التعليم من أجل التنمية المستدامة إلى تنمية الكفاءات التي تمكن الأفراد من إدراك سلوكياتهم والإحاطة بوقوعهم الاجتماعي الثقافي والاقتصادي والبيئي في الحاضر والمستقبل ، ومن الضروري أيضاً تمكين الأفراد من التصرف في المواقف المعقدة بأسلوب مستدام ؛ مما قد يتطلب منهم اتباع مسارات جديدة، و المشاركة في العمليات الاجتماعية السياسية، ليسهموا في توجيه مجتمعاتهم نحو التنمية المستدامة ، وتوصى منظمة " اليونسكو " جميع المؤسسات التعليمية بجميع مراحلها ، بما فيها مؤسسات التعليم غير النظامي وغير الرسمي ، والتركيز على معالجة قضايا التنمية المستدامة ودعم تنمية الكفاءات المتصلة بالاستدامة بوصفهما جزءاً من مسؤولياتها ، ويوفر التعليم من أجل التنمية المستدامة تعليماً مجدياً وفعالاً لجميع المتعلمين لمواجهة التحديات التي يشهدها عالمنا ( اليونسكو، ٢٠١٧، ٥) .

واستُهل برنامج العمل العالمي للتعليم من أجل التنمية المستدامة بتاريخ (١٢ نوفمبر ٢٠١٤ ) إبان مؤتمر اليونسكو العالمي للتعليم من أجل التنمية المستدامة الذي عقد في آيشي - ناغويا في اليابان ، ويسعى هذا البرنامج الذي أيده المؤتمر العام لليونسكو في دورته السابعة والثلاثين (نوفمبر ٢٠١٣ ) وأقره القرار رقم A/RES/69/211 الصادر عن الجمعية العامة للأمم المتحدة إلى توسيع نطاق هذا التعليم استناداً إلى عقد الأمم المتحدة للتعليم من أجل التنمية المستدامة ، وتبنت منظمة الأمم المتحدة غاية شاملة للتعليم الجيد تنص على " ضمان أن يكتسب جميع المتعلمين بحلول عام ٢٠٣٠ المعارف والمهارات اللازمة لدعم التنمية المستدامة، وحقوق الإنسان، والمساواة بين

## منهج قائم على أهداف التنمية المستدامة أ.م.د. محمد سلامة محمد

الجنسين، والترويج لثقافة السلام ونبذ العنف، والمواطنة العالمية، وتقدير التنوع الثقافي، وتقدير مساهمة الثقافة في التنمية المستدامة " ( اليونسكو ٢٠١٥ ) ، كما أصدر كلا من المجلس العالمي للعلوم ، والمجلس العالمي للعلوم الاجتماعية ، والمجلس العالمي لرصد التعليم في عام ٢٠١٦ تقارير عن الكيفية التي تمكن التعليم من تحقيق أهداف التنمية المستدامة كما يلي :

### جدول رقم (١) التعليم من أجل تحقيق أهداف التنمية المستدامة ٢٠٣٠

م	الهدف	دور التعليم في تحقيق الهدف
١	القضاء على الفقر	التعليم عامل حاسم في تخطى مشكلات الفقر
٢	القضاء على الجوع	يقوم التعليم بدور أساسي في مساعدة الناس على التوجه نحو طرق زراعية أكثر استدامة، وفهم النظم الغذائية وتطبيقها
٣	الصحة الجيدة والرفاه	يمكن للتعليم أن يساهم مساهمة كبيرة في تحسين مستوى الصحة العامة، وتخفيض مستويات الوفيات، وتحسين الصحة الإنجابية
٤	التعليم الجيد	يلتزم به مصممي المناهج التعليمية المرتبطة بأهداف التنمية المستدامة
٥	المساواة بين الجنسين	تعليم الفتيات والنساء أمر ضروري لاكتساب المهارات الأساسية، وتحسين المهارات والقدرات التشاركية، وتحسين الفرص الحياتية
٦	المياه النظيفة، والنظافة الصحية	ينتمي التعليم والتدريب المهارات والقدرات اللازمة لاستخدام الموارد الطبيعية بشكل أكثر استدامة، يعزز النظافة الصحية
٧	طاقة نظيفة بأسعار معقولة	بإمكان البرامج التعليمية، ولاسيما غير النظامية وغير الرسمية أن تساهم في حفظ الطاقة، وتعزيز موارد الطاقة المتجددة
٨	العمل اللائق والنمو الاقتصادي	هناك صلة مباشرة بين مستويات التعليم والمستويات الحيوية والاقتصادية والأعمال الحرة مهارات سوق العمل غيرها من المجالات
٩	الصناعة والابتكار والهياكل الأساسية	التعليم ضروري لتنمية مهارات حياتية لإقامة بنية تحتية قادة على الصمود وتعزيز التنمية المستدامة

## "دراسات في التعليم الجامعي" المؤتمر الدولي الثالث عشر ١٠-١١ أكتوبر ٢٠٢٠م

م	الهدف	دور التعليم في تحقيق الهدف
١٠	الحدّ من أوجه عدم المساواة	من الثابت أن النفاذ إلى التعليم والانتفاع به أمر يساهم في الحد من انعدام المساواة على الصعيدين الاجتماعي والاقتصادي
١١	مدن ومجتمعات محلية مستدامة	بإمكان التعليم تزويد الناس بالمهارات اللازمة للمشاركة في جعل المدن أكثر استدامة والحفاظ عليها وتعزيز مرونتها وقدرتها على الصمود أمام الأوضاع الكارثية
١٢	الاستهلاك والإنتاج المسؤولين	بإمكان التعليم أن يؤثر تأثير كبير على أنماط الإنتاج، وأن يوسع مدارك المستهلك بشأن السلع بطريقة مستدامة وتجنب الإهدار
١٣	العمل المناخي	يمثل التعليم مدخلا أساس لفهم الجمهور لطبيعة تغير المناخ والتكيف معه والتخفيف من وطأته لا سيما على المستوى المحلي
١٤	الحياة تحت الماء	التعليم عامل مهم في إنضاج الوعي بشأن البيئة البحرية، وبناء توافق استباقي بشأن الاستخدام الحكيم والمستدام للموارد البحرية
١٥	الحياة في البر	يعزز التعليم والتدريب المهارات والقدرات التي من شأنها تعزيز العيش المستدام، والمحافظة على الموارد الطبيعية والتنوع البيولوجي
١٦	السلام والعدل والمؤسسات القوية	يعتبر التعليم أو التعلم الاجتماعي مسألة حيوية لتيسير وضمان مجتمعات تشاركية وشاملة وعادلة وتعزيز التماسك الاجتماعي
١٧	عقد الشراكة لتحقيق الأهداف	يبني التعليم مدى الحياة القدرة على فهم وتعزيز السياسات والممارسات في مجال التنمية المستدامة

### ٥. التنمية السياحية المستدامة:

اتعرف منظمة السياحة العالمية " UNWTO " السياحة المستدامة بأنها منظومة سياحية تراعى الآثار الاقتصادية والاجتماعية والبيئية في المجتمعات المضيفة للسياح ، يجب أن تهتم بالاستخدام الرشيد للموارد الطبيعية والثقافية، والأخذ في الاعتبار الخصائص الاجتماعية والحضارية للمجتمعات المضيفة للسائحين، وتوكيد منافع

اقتصادية واجتماعية وبيئية لجميع الأطراف على المدى الطويل (زين الدين ، ٢٠١٦ ، ١٥) ، وعليه يتواجد أشكال سياحية متنوعة يمكن اعتبارها ركائز التنمية السياحية المستدامة وهي كما يلي :

#### أ. السياحة الخضراء:

تعد السياحة البيئية من الأشكال السياحية التي يتم اعتمادها في المجال الطبيعي، وترتبط بقيام السياح بأفضل الممارسات المتعلقة باحترام البيئة الطبيعية والبشرية التي تستضيفهم ، كما تهتم السياحة البيئية بإدارة الموارد التي تستجيب إلى الاحتياجات الاقتصادية والاجتماعية والجمالية ، مع الحفاظ على الاندماج الثقافي والبيئي والتنوع البيولوجي والنظم التي تدعم الحياة وتساهم في تشجيع الحفاظ على الموارد الطبيعية المفضلة لصالح الموارد التي لها تأثير سلبي قليل كما أنها تقدم امتيازات اقتصادية واجتماعية للسكان المحليين.

#### ب. السياحة العادلة:

تعرّف السياحة العادلة بأنها مجموع أنشطة الخدمات السياحية التي يقدمها الفاعلون السياحيون لمسافرين مسؤولين، ويتم إعدادها من قبل السكان المحليين، يستعمل المصطلح "عادل" أساسا في سياق التعاملات بين المستهلكين في الشمال المتقدم، والمزودين في الجنوب النامي، ويجب أن تكون الفوائد الاجتماعية والثقافية والمالية لهذه الأنشطة ملموسة محليا، وموزعة بقدر من العادلة بين السكان المحليين.

#### ت. السياحة المسؤولة:

يعرفها التحالف الدولي للسياحة المسؤولة " أن السياحة المسؤولة تحدد كل أشكال التنمية الأنشطة السياحية التي تحترم وتحافظ بدوام على الموارد الطبيعية والثقافية الاجتماعية و تساهم السياحة المسؤولة كذلك في خلق التفاهم والاحترام المتبادل بين



## "دراسات في التعليم الجامعي" المؤتمر الدولي الثالث عشر ١٠-١١ أكتوبر ٢٠٢٠م

الناس باعتبارها محركا للازدهار الفردي والجماعي، تركز على الأصالة ولقاء السياح بالسكان المحليين.

### ث. السياحة التضامنية:

هدف السياحة التضامنية إلى جعل كل من السياح والسكان المحليين شركاء معا كمقدم خدمة ومستهلك للنشاط السياحي، وتهتم السياحة التضامنية بإشراك السكان المحليين في مختلف مراحل المشروع السياحي، واحترام الأفراد والثقافات والطبيعة، والتوزيع العادل للثروات المحصلة من القطاع السياحي.

### ج. السياحة الاجتماعية:

يعرف المكتب الدولي للسياحة الاجتماعية بأنها مجموع التقارير والظواهر الناتجة عن المشاركة في السياحة، خصوصا مشاركة الطبقات الاجتماعية ذات الدخل المحدود، وتعد السياحة الاجتماعية هي ثمرة ضرورة أخلاقية تدعو إلى " السياحة للجميع"، وتهتم بالسكان ذات الدخل المحدود مثل الشباب وفئة المتقاعدين على وجه الخصوص وذوي الاحتياجات الخاصة بهدف مشاركتها في تنمية السياحة الاجتماعية دوليا، ويمكن تحقيق هذه المشاركة أو تسهيلها وتشجيعها عبر إجراءات ذات طابع اجتماعي.

### ٦. برنامج الأمم المتحدة للسياحة المستدامة (زين الدين، ٢٠١٦، ١٧):

تم إنشاء برنامج الأمم المتحدة للسياحة المستدامة بناء على مبادرة قدمت من فرنسا وكوريا والمغرب، ويضم نحو واحد وعشرون هيئة ووكالة تعمل في السياحة الدولية، يتلخص أهداف البرنامج فيما يلي:

أ- دمج أنماط الاستهلاك والانتاج المستدام Sustainable Consumption

and Production في سياسات السياحة وأساليب تنفيذها.

ب-التعاون بين جميع الهيئات المهمة بالسياحة المستدامة لتحسين جودة أداء

الاستهلاك والانتاج السياحي المستدام.

ح. تشجيع عمليات تقديم وتنفيذ أدوات وارشادات المساعدة الفنية لمنع الآثار الجانبية السلبية للسياحة، ومراعاة الالتزام بأنماط الاستهلاك والانتاج السياحي المستدام.

خ. تحسين مستويات الأداء في مجالات التمويل والاستثمار في عمليات تنمية السياحة المستدامة.

#### ٧. التعليم السياحي وقضايا التنمية المستدامة:

يهدف التعليم السياحي لتخريج فئة فنية مدربة على أعمال السياحة والفندقة لتخدم النشاط السياحي ولتقوم بدورها في تحقيق أهداف التنمية المستدامة والتي ترتبط بأهداف التعليم الفني العامة ، وهي إعداد الفئة الفنية المدربة في مجالات الصناعة والزراعة والتجارة، وأيضًا إدارة الأعمال والخدمات، ومدة الدراسة بهذه المدارس ثلاث سنوات والملتحقين بها من بين الحاصلين على شهادته إتمام الدراسة بمرحلة التعليم الأساسي ( خليل ، ٢٠١٦ ، ٦ ) ، وتستند فلسفة التعليم الثانوي الفني بصفة عامة والتعليم السياحي بصفة خاصة على عديد من المبادئ الحاكمة للتنمية المستدامة منها (رضوان ، ٢٠١٩ ، ٦٨ ) :

أ. الحفاظ على راس المال البشري والاجتماعي بتحويل مدارس التعليم السياحي إلى مصادر داعمة لتنمية الطاقات الجماعية للمجتمعات المحلية، وتقديم نشاط اجتماعي ينمي نسق القيم والمعايير المشتركة والانخراط في العمل المنتج والنافع لجميع مجالات التنمية بمنظورها الشامل والمستدام.

ب. الارتباط بسوق العمل ومتغيراتها والمهارات المطلوبة لاقتصاد التنمية المستدامة من خلال التركيز على المهارات اللازمة لمجالات الخدمات والمعلومات والتسويق السياحي.

ت. **توكيد مبادئ العمل المنتج** وعاداته من مثابرة وتعاون، والعمل في فريق لأنها أساس معيار الجودة في قطاع السياحة والفنادق.

#### ٨. **مناهج التعليم السياحي وقضايا التنمية:**

تطور مصطلح المناهج من أجل أهداف التنمية المستدامة على يد قطاع التربية في منظمة اليونسكو بمؤتمر التعليم من أجل تحقيق أهداف التنمية المستدامة (اليونسكو ٢٠١٧) بهدف تحسين ما تقدمه المؤسسات التعليمية ، وتقديم معايير متطورة في مجالات المعرفة وتنمية المهارات التعليمية والاجتماعية والمهنية ، والسعي نحو تحقيق أهداف التنمية المستدامة للأمم المتحدة ٢٠٣٠ ، وتبنى مناهج التعليم الثانوي للسياحة والفنادق من أجل قضايا التنمية على أسس التصميم التي أشار إليها كل من (السيد ، ٢٠١١) ، (قرني ، ٢٠١٦) ، (شهادة ، ٢٠١٧) على النحو التالي :

- **التخطيط:** وضع خطة مناسبة هدفها تحقيق نتائج تفيد الطالب من جميع النواحي وبأساليب علمية حديثة تخضع للمتابعة والتقييم وتتماشى وخطة التنمية ٢٠٣٠.
- **الاعتماد على أهداف واضحة ومحددة:** تسعى لتنمية الطلاب تنمية شاملة ومتوازنة تتناسب المجتمع وطموحاته وأهدافه، مع تزويد الطلاب بمهارات ومعارف التي تساهم في تحقيق أهداف التنمية المستدامة في قطاع السياحة والفنادق.
- **مراعاة خصائص المتعلم:** بالاهتمام بطبيعة مرحلة نمو طلاب التعليم الثانوي للسياحة والفنادق وخصائصهم.
- **التعاون:** فالتعاون من الأمور الضرورية التي على أساسها يتم تصميم مناهج التعليم، ويشمل الطالب والمدرسة والبيئة والمجتمع، والتوجهات العالمية للتنمية المستدامة.

- **الاستمرارية:** يجب أن تتميز عملية تصميم المنهج بصفة الاستمرارية بسبب التغيرات السريعة في مجال العمل في السياحة والفنادق والأحداث التي تطرأ على المجتمع وتطويرات أهداف التنمية المستدامة.
- **الشمول:** أن يتسم بشموله لأسس المنهج ومكوناته وأساليبه تنفيذه، وطبيعتها الأكاديمية والتربوية، وأساليبه تقويمه، وأدوات ذلك التقويم، وطرائق تحليل نتائجه.
- **العلمية:** أن يتسم بالعلمية والابتعاد عن العشوائية، وذلك من خلال استخدام الأساليب العلمية، والتعامل مع النتائج بمنتهى الصدق والموضوعية.
- **الحدثة:** أن يكون تصميم المنهج مواكباً للاتجاهات التربوية الحديثة، وأن يساير التقدم العلمي التكنولوجي، ويتناغم مع أهداف التنمية المستدامة، بالإضافة لاستشراف حاجات المستقبل وتوقعاته المهنية والأكاديمية.
- **المرونة:** يقبل بإجراء تعديلات عليه وفق متطلبات التنمية المستدامة والمستحدثات العلمية أو التكنولوجية بصفة عامة وفي مجال البرامج السياحية بصفة خاصة.

### المحور الثاني: التسويق السياحي:

يحتل التسويق دوراً ريادياً في النشاطات الإدارية والفنية للصناعات المختلفة، ومنها صناعة الخدمات وبشكل خاص في القطاع السياحي والفندقي الذي يعتمد على إشباع حاجات وميول واتجاهات السائحين الحاليين والمرتبين وتوجيه الجهود المختلفة والتنسيق داخل المنظمة الفندقية لتقديم أفضل المنتجات السياحية الممكنة لهم وبطريقة تتوافق مع رغباتهم وتعكس الصورة الذهنية المرسومة لها ضمن الموارد المتاحة .

١. مفهوم التسويق السياحي:

عرفت الجمعية الأمريكية التسويق السياحي بأنه النشاط الذي يعتني بالبحث عن احتياجات العميل وتحقيق رغباته وهذا يعني أن التسويق السياحي هو نشاط مستمر يبدأ قبل تقديم الخدمة السياحية وينمو أثناء أدائها للسائح ويستمر بعد تقديم الخدمة للسائح ( الزعبي، ٢٠١٣، ١٧). ، والتسويق السياحي هو " نشاط شامل ومتكامل يضم جميع الجهود المبذولة لجذب السائح الدولي والمحلي لزيارة المناطق السياحية الدولية، وتبدأ هذه الجهود بشكل مباشر من إعداد البرامج السياحية حتى التعاقد مع السائحين إلى إتمام البرامج بجودة عالمية (عبد السميع، ٢٠١٦، ٣٠) .

ويلقى تعريف كريد باندروف "Krid Pendrof" تقدير واسع من الباحثين حيث عرف التسويق السياحي على انه " التنفيذ العملي المنسق لسياسة الأعمال من قبل المشاريع السياحية، العامة والخاصة، على المستوى المحلي أو الإقليمي أو الدولي، وهذا بغرض تحقيق الإشباع لمجموعة من المستهلكين (السياح)، وبما يحقق عائدا ملائما يضمن استمرارية النشاط، ويمكن تحديد خصائص التسويق السياحي فيما يلي (عبد السميع، ٢٠١٧، ١٧:١٣):

أ. المنتجات السياحية الرئيسية تقوم على تقديم الخدمات والتجارب الترفيهية والضيافة.

ب. بدلا من نقل المنتج إلى العميل، يجب على العملاء الانتقال إلى المنتج.

ت. العرض السياحي قليل المرونة وصعب التغيير على المدى القصير.

ث. المنتجات السياحية ليس لها صفة زمانية فهي متواجدة في الدولة في كل وقت؛ لذلك العمليات التسويقية يمكن تنفيذها اي وقت من اوقات السنة.

ج. الخدمات السياحية لا ينتج عنه ملكية فردية، بل تقوم على العلاقة المباشرة مع المنشأة مقدمة المنتج السياحي (حضور المشتري الشخصي وتعامله مع مقدم

الخدمة السياحية)، يتم تقديم الخدمة بعد شرائها وليس هنالك تماثل في الخدمات السياحية المقدمة.

ح. السفر أحد العوامل الرئيسية في اتخاذ القرارات بشأن زيارة المقاصد السياحية، فهو مؤثر في الانفاق من الوقت والأموال المرتبط بالتجارب الترفيهية والسياحية.

خ. الطلب السياحي يتسم بالموسمية.

د. التكاليف الثابتة عالية من العمليات السياحية.

ذ. الاعتماد المتبادل للمنتجات السياحية.

## ٢. أهمية التسويق السياحي:

تتبع أهمية التسويق السياحي من أثاره المباشرة في اقتصاديات العديد من الدول فضلا على اعتبار السياحة احد الروافد الأساسية للدخل الوطني، وفقاً لما تتمتع به هذه الدول من مقومات جذب سياحية على شكل آثار تاريخية، ومزارات سياحية وطبيعية، وثانوية على شكل فنادق ومطاعم ومؤسسات نقل و غيرها، ويتوقف نجاح تلك الدول في جذب السياح على نشاط التسويق السياحي القادر على الترويج لهذه الثروات و تكرار عملية بيعها، ولعل ما يبرر الاهتمام المتزايد بالسياحة و تشجيعها و منحها التسهيلات المختلفة أنها موردا دائما قابلا للزيادة و ليس معرض للنفاذ مثل الموارد الطبيعية (حنفي ، الشراوى ، ٢٠٠٨ ، ٢٣) ، و العوامل التالية تبين أهمية التسويق في تحديد نجاح أو فشل المؤسسة السياحية :

أ- يساعد التسويق على دراسة سلوك المستهلك: تعتمد القرارات الإدارية على تحليل الجوانب السلوكية فإذا كان لدينا معرفة جيدة بسلوك المستهلكين يصبح من السهل دراسة درجة أو مستوى توقعاتهم، إذ يرى علماء النفس يرون أن التوقعات و الرضا مرتبطان مع بعضهما البعض مثل الدخل المتاح، مستوى التعليم اتساع الاتصالات، الوعي الاجتماعية ، و مستوى التوقعات يتغير باستمرار،

هذا يتطلب دراسة عميقة لسلوكيات و توقعات الأسواق المستهدفة، كما أن صورة المؤسسة السياحية في ذهن السائح تصبح جزء من العملية الحسية للسائح و التي تتجه إلى تشكيل أجزاء التوقعات، وتساعد هذه التوقعات في تشكيل السلوك المناسب، لذا لابد من جذب الانتباه، و إثارة الاهتمام، وتعزيز الرغبة تجاه المنطقة السياحية من خلال برامج تسويقية فعالة (الشكر ، النعيمي ، ٢٠١٧ ، ٤٧).

ب- التسويق السياحي يساعد في زيادة الفعالية التنظيمية: يتطابق التسويق السياحي مع التوجيهات الاجتماعية، والتغيرات البيئية المحيطة، ويساعد المؤسسات السياحية في الحصول على الفعالية التنظيمية حيث يمكن تحويل المستهلكين المحتملين إلى سياح فعليين من خلال فهم الإطار الاجتماعي للمؤسسة السياحية (أبو النجا، ٢٠٠٨، ٢٩).

٣. التسويق يساعد في إدارة المعلومات: حينما يشهد السوق السياحي منافسة حادة، يظهر أهمية إدارة المعلومات، ويتطلب هذا تعزيز البحوث التسويقية لتطوير الخدمات السياحية بدراسة السوق وتوفير نظم المعلومات التسويقية الذي يسهل الحصول على فكرة صحيحة عن متطلبات المستهلك السياحي وتقديم خدمة مناسبة وتوقعات السائحين.

٤. يزيد التسويق السياحي من حدة التنافس: تتميز صناعة السياحة بأن حدة التنافس بين المؤسسات السياحية موجودة وبقوة ، مما يتطلب إيجاد خدمات متميزة للسياح كي يحصلوا على الخدمات المناسبة بأسعار منافسة ، وعند التخطيط للخدمات السياحية يجب مراعاة الصورة الذهنية لدى السائح ، و التسهيلات المقدمة له، من خدمات تجهيز الطعام، وأماكن الترفيه و سهولة الدخول إلى المناطق التي يرغب زيارتها .

٥. يساهم التسويق في تسهيل عملية تحديد الأسعار: تتصف عملية تحديد الأسعار السياحية بالتعقيد، نظرا لمرونة السوق السياحي ما يجعل عمليات التسويق أكثر مصداقية، وهو ما يلزم المؤسسات السياحية بمراجعة سياسات التسعير لديها من أجل المنافسة والاطلاع على ظروف ومتغيرات السوق السياحي.

٦. يساهم التسويق في تطوير عمليات الترويج: تؤثر الاستراتيجية التسويقية في التأثير سلوك المستهلك، ولزيادة نسبة الطلب السياحي يجب على المؤسسة التسويقية تسهيل عمليات الابتكار في القرارات الترويجية، واستغلال الدعاية والإعلانات في توجيه المستهلك؛ لتحويل هؤلاء المستهلكين المستهدفين إلى مستهلكين مما يجعل مخططي البرامج الترويجية يهتمون بالحالات النفسية و التغيرات الاجتماعية، ويحددون متطلبات المستهلك، وعند القيام بها يجب عليهم ابتكار شعارات و برامج ترويجية فعالة و حساسة تساهم في التأثير المباشر على قرارات السائح (عبد القادر، ٢٠١٣، ٢٧:١٣).

### ٣. أهداف التسويق السياحي:

يعد الهدف النهائي للأنشطة التسويقية هو تلبية الحاجات البشرية، وبالتالي فإن الهدف الأساسي للتسويق السياحي هو إرضاء السائح واكتشاف دوافعه وحاجاته ورغباته، أي الوصول إلى معرفة نوع الخدمات التي يطلبها السائح والأسعار التي تتلاءم مع إمكانياته وظروفه، وتوسع امتداد السوق وزيادة الطلب وتوجيه سلوك المستهلك السياحي (Mwinuka, 2017,2)، ويمكن حصر أهداف التسويق السياحي في النقاط التالية:

أ. إرضاء السائح: يعتبر التسويق هو عملية إرضاء للسائح، والهدف من الأنشطة التسويقية هو توفير الخدمات السياحية ذات المستوى المرضي للعملاء، ولا توجد مؤسسات سياحية يمكن أن تفكر في حماية وجودها دون الاهتمام بإرضاء عملائها، ومن خلال عملية التسويق المنظم فإن السائحين يحصلون على



الخدمات المناسبة بأسعار مناسبة وفي أوقات مناسبة وبطريقة مرضية والخدمات متلائمة بشكل جيد وتتوافق مع توقعات وأذواق السائحين (Nickerson, 2016:177:171).

ب. توفير اقتصاد تشغيلي كفي: مما يتطلب الاستغلال الأمثل للموارد، وتقدير توقعات العملاء بصورة تمكن المؤسسة من إدارة مواردها وتكييف العرض السياحي يتناسب مع الطلب، وتجعل المؤسسة تتفوق في المنافسة وتسيطر على المركز القيادي في السوق وتضمنه أطول وقت (-Truong, 2016,93:95).

ت. تحقيق الأرباح: يهدف التسويق السياحي إلى مساعدة المؤسسة في تحقيق الأرباح، وهو هدف طويل الأجل، ويعتبر الاقتصاد في التشغيل والتوسع في حجم السوق، وإدراك صورة جيدة عن المؤسسة السياحية، تساهم في هدف المؤسسة من تحقيق الأرباح، لذا يجب على المؤسسة السياحية إعداد الخطط التسويقية التي تساهم في تحقيق الربحية.

ث. إبراز صورة ذهنية واضحة: يهدف التسويق السياحي إلى إيجاد صورة ذهنية واضحة لدى السائحين عن المنشأة السياحية أو المقصد السياحي، مما يسهل تدفق السائحين إليه، ويقوم التسويق السياحي الحقيقي على توكيد الانطباعات الجيدة لدى السائحين في الأسواق المستهدفة، وصولاً إلى إحداث تغيير في سلوك السائح لصالح المنتج السياحي (خدادمية، ٢٠١٣، ١٢).

ج. التفوق في المنافسة: يهدف التسويق السياحي إلى مواجهة حدة المنافسة المتزايدة، وجعل المنتجات السياحية التي تقدمها المؤسسة في مركزا رائداً، وتحقيق مكانة مميزة في سوق المنافسة السياحية.

ح. يساعد التسويق السياحي في زيادة التأثير الإيجابي في ثقافة المجتمع، وتحسين درجة الوعي والمعرفة الثقافية لدى أفراد المجتمع ولدى السائح الأجنبي والمحلي.

وتتحقق هذه الأهداف مجتمعة عن طريق أنشطة التسويق السياحي المتنوعة التي تشمل على تسويق السلع أو الخدمات السياحية، وتطوير وتنوع الخدمات السياحية التي تحقق أفضل درجة من الرضا لدى السائحين.

#### ٤. مزيج التسويق السياحي:

يعرف المزيج التسويقي بأنه خليط من الأنشطة والعمليات والإجراءات يتم دمجها مع بعضها البعض للحصول على توليفة، يتم من خلالها دراسة المنتج المقدم للسوق، ثم دراسة وتحديد السعر التنافسي والترويج له، ومن ثم توزيعه وإيصاله إلى المكان وفي الزمان المناسب من أجل إشباع حاجة أو تلبية رغبة أو تقديم منفعة للمستهلك بأعلى مستوى ممكن لتحقيق أهداف المؤسسة.

ويتكون المزيج التسويقي من المنتج، التسعير، التوزيع، الترويج لكل من الخدمات والمنتجات المادية، ويتبنى الباحث رؤية المزيج التي أشار إليها (Zeithaml) حيث أضاف عناصر أخرى إلى المزيج التسويقي للخدمات وأطلق عليها (PV) وبما ينسجم مع الخصائص المميزة للخدمات، هذه العناصر هي الجمهور أو الأفراد، العمليات والبيئة المادية (Sheresheva, Kopiski, 2016, 265-279) وهي كما يلي :

#### أ. المنتج السياحي: Product

يمثل العنصر الأول من عناصر المزيج التسويقي السياحي هو المنتج السياحي وبوجوده يمكن وضع وتنفيذ تسويقية استراتيجيات ترتبط بتسعيره وطرق توزيعه وأساليبه ترويجه المناسبة.

**ب. تسعير المنتج السياحي: Price**

يعتبر التسعير من أهم المتغيرات المهمة والمرنة في مجال السياحة، "والسعر في قطاع الخدمات السياحية مقدار من المال يجب على السائح دفعه مقابل الحصول على الخدمة المطلوبة تحقق رضاه، ويجب أن تتميز المؤسسة بالسعر التنافسي.

**ت. التوزيع السياحي: parcelling**

يعرف التوزيع السياحي بأنه "كافة الأنشطة التي يتم ممارستها من قبل كافة الأطراف ذات الصلة بالعمل السياحي، ومن أجل توفير للسائح ما يريده من منافع مكانية وزمنية وضيافة وغيرها بالوقت والوضع المناسب له.

**ث. الترويج السياحي: Promotion**

يقصد بالترويج السياحي أنه " عملية تعريف المستهلك بالمنتج وخصائصه ووظائفه ومزاياه وكيفية الحصول عليه واستخدامه وأماكن وجوده بالسوق بالإضافة إلى محاولة التأثير على المستهلك وحثه وإقناعه بشراء المنتج أو الخدمة السياحية (أبو رحمة، ٢٠١٦، ٣٥).

**ج. الجمهور (الأفراد): People**

يشكل الأشخاص الذين يقدمون الخدمة والمستفيدين منها جزءا مهما في المزيج التسويقي في صورة العلاقات التفاعلية بينهم، حيث ينقل العاملین بالمؤسسة معلومات للعملاء عن طبيعة خدماتها وجودتها، والعميل يقدم معلومات عن خدمات المؤسسة بطريقته التي قد تؤثر على عملاء آخرين فيمكن اعتباره جزء من الترويج عن تلك الخدمة من خلال إعطائهم أو قيامهم بإدلاء الرأي عن كفاءة ونوعية تلك الخدمة، ومنه تشكل المعلومات المنقولة عن خدمات المؤسسة بما يسمى ولاء العميل (البركى ، ٢٠٠٧ ، ٦٢).

### ح. عملية تقديم الخدمات (العمليات) Process :

تعد عملية تقديم الخدمات ومراحل تنفيذها والكيفية التي يتم تقديم الخدمة بها من الأهمية بمكان في المزيج التسويقي، وتتضمن كافة الإجراءات والطرق والسياسات والأساليب المتبعة من قبل مزود الخدمة لضمان تقديم الخدمة إلى المستفيدين، كما ترتبط هذه العملية بمراحل البيع واستخدام الإعلام الآلي وصلاحيات عمل الموظفين، درجة اشتراك العميل، تدفق المعلومات وأنظمة المعلومات والحجوزات والانتظار كلها من اهتمامات الإدارة لجعل الخدمة السياحية أكثر قبولاً (الحديد، ٢٠١٠، ٧-١١).

### خ. البيئة المادية: Physical Environment:

البيئة هي الجوانب التي تصاحب تقديم الخدمات السياحية والمناخ الذي تتفاعل فيه المؤسسة والسائح، وهي تتكون من عناصر مثل التآثير، النظافة، الألوان، الإزعاج، التصميم الداخلي، الديكور ومواقف السيارات وأشياء المادية التي تسهل أداء الخدمة أو التعريف بها والاستفادة بها (السرابي، ٢٠١١، ٣٥-٤٢).

### ٥. مهارات التسويق السياحي:

تري (Renfors، 19-2017.13) أن مهارات التسويق السياحي الضرورية لإعداد الطلاب للعمل في قطاع السياحة والفنادق يجب أن تشمل على المهارات التالية:

- أ. تصميم وتطوير المنتج السياحي.
- ب. التسويق والترويج الرقمي.
- ت. التواصل عبر الشبكات.
- ث. تدويل العمل السياحي.
- ج. إدارة العمليات التجارية.
- ح. البيع متعددة القنوات.
- خ. التسعير والربحية.

### المحور الثالث: العمل في فريق:

تحظى مهارات العمل في الفريق بقاعدة عريضة من الاهتمام في الأوساط الإدارية ؛ لما لها من تأثير واضح في تحسين الأداء المؤسسي ، وكثيرا ما ينظر إلى فرق العمل باعتبارها أساساً لتحقيق الجودة ومؤشراً للنجاح الإداري ، وساهمت النظريات الإدارية الحديثة في التوجه نحو الاهتمام بالعنصر البشري ، وتسعى المؤسسات السياحية على تحسين سياستها لتحقيق أهدافها بالاعتماد على فريق العمل الفعال (المغربي، ٢٠٠٧ ، ١١) ، و الفريق مجموعة من الأفراد يعملون مع بعضهم لأجل تحقيق أهداف محددة ومشتركة ، والبعض يعرف الفريق على انه " مجموعة من الأفراد يتميزون بوجود مهارات متكاملة فيما بينهم ، وأفراد الفريق يجمعهم أهداف مشتركة وغرض واحد ، بالإضافة الى وجود مدخل مشترك للعمل فيما بينهم ، و يتميزون بمهارات متكاملة فيما بينهم " (السديري ، ٢٠١٠ ، ١٢:١٠).

#### ١. مفهوم العمل في فريق:

يعرّف العمل في فريق الجماعي بأنه " ارتباط واتحاد مجموعة من الأفراد والتعاون فيما بينهم، بشكل كلي أو جزئي، لإنجاز عمل معين أو تحقيق أهداف معينة وصولاً لمنفعة الجميع وتميزهم ". والعمل الجماعي يُعدّ أحد الأشكال التي تعتمد على مجموعة من الأفراد يمتلكون مهارات عالية، ومتقاربة، ومتكاملة، بحيث يتمتع كل عضو في الفريق بمهاراته التي تساهم في تميز الفريق الذي يسعى إلى تحقيق مهمة جماعية واحدة، ولا يهدف أحد من أفرادها إلى الفوز أو التميز الفردي ولكن الهدف هو التمكن في أداء المهمة ، و فرق العمل هي " مجموعات من الأفراد يتم إنشاؤها داخل الهيكل التنظيمي لتحقيق هدف أو مهمة محددة تتطلب التنسيق والتفاعل والتكامل بين أعضاء الفريق ، ويعتبر أعضاء الفريق مسئولين عن تحقيق هذه الأهداف، والفريق في النهاية هو وسيلة لتمكين الأفراد من العمل الجماعي المنسجم كوحدة متجانسة (هاني ، ٢٠١٧ ، ١٥) .

## ٢. أهمية العمل في فريق:

يعد العمل في فريق من أهم مقومات نجاح المؤسسات السياحية مع ارتفاع مستويات المنافسة في هذا القطاع، واهتمام كل منها بتحقيق قدر عالٍ من الجودة وصولاً إلى الحصول على مكانة مرموقة في سوق السياحة، وتكوين فرق العمل من الإجراءات الفعالة في انجاز المهام وتحقيق أهداف المؤسسة، وترجع أهمية العمل في فريق للأسباب التالية (قاسم، ٢٠١١، ١١١٩)، (Morgan,2012,31)، (رشوان، ٢٠١٦، ١١١):

أ. اتساع وتشابك التحديات التي تواجه المؤسسات السياحية نظراً لتنوع أسواق السياحة وتغييرها المتسارع، هذا بالإضافة إلى طبيعة عالمنا الذي يتسم بالتقارب الشديد بفضل تكنولوجيا المعلومات والاتصالات.

ب. المشكلات الداخلية للمؤسسات السياحية والتي تتطلب تضافر الجهود والعمل بروح الفريق وتكوين فرق عمل من مواردها البشرية لمواجهة تلك المشكلات.  
ت. تواجه المؤسسات السياحية عوائق بيروقراطية سواء كانت داخلية أو خارجية تؤثر على حركة العمل والإنجاز، ليكون أداء فريق العمل التي تشكل من مجموعة من التخصصات والإدارات لتسهيل العمل وتحقيق الفاعلية في الأداء.  
ث. تعد مشاركة العاملين في معالجة المشكلات وصنع القرارات والتي تمثل في فرق العمل سبيلاً جيداً لثقافة العمل الجماعي (Arumugam,2013,85).

ج. يساهم العمل في فريق في أفضل انجاز للمهام، وتساعد على تحقيق درجة أعلى من التماسك والرضا وتحسين الأداء وتقديم حلول ناجعة للمشكلات.  
ح. يساعد العمل في فريق على تحقيق فعالية الإنجاز والحصول على ثقة المؤسسة.

### ٣. دورة حياة فريق العمل:

ترتبط فرق العمل جميعها بدورة حياة محددة وتتبعها، ولا تحدث هذه الدورة عندما يبدأ أفراد الفريق في العمل معاً للمرة الأولى فحسب، ولكنها تحدث أيضاً عندما يحدث تغيير على أفراد الفريق، حتى وإن تم تغيير فرد واحد فقط، وتكون ذات تأثير كبير إذا كان هذا الفرد هو القائد (Weimar, 2013, 17-23)، تمر فرق العمل بعدد من المراحل التطويرية والتلقائية التي يتقدم من خلالها نحو (النمو والنضج والكمال) تم الانتهاء، وتشتمل هذه المراحل على ما يلي: -

أ. **مرحلة الاجتماعات الأولى:** يكون كل فرد حريصاً على التعرف على الآخرين والتعريف بنفسه لذا تكون الأصوات هادئة والاختلافات محدودة، والإجراءات بسيطة.

ب. **مرحلة التكوين والتشكيل:** يسعى الفريق هنا لإرساء أسس لأهداف وهيكل وأنشطة الفريق وتشكيل العلاقات المتبادلة، وهي مرحلة الاختبار المتبادل وعدم الثقة، وفيه يطور أعضاء الفريق وتتحدد العلاقات الإنسانية التفاعلية بينهم .

ت. **مرحلة الاختيار:** يتم فيها اختيار العضو المناسب للعمل وذلك بمقارنة القدرات والمهارات والخبرات مع مهام العمل المطلوب إنجازها.

ث. **مرحلة الاتفاق:** يتم فيها اجتماع الفريق، والاتفاق على زمان ومكان العمل.

ج. **مرحلة الصراع:** يكون فيها اختلاف في الآراء ووجهات النظر بين الأعضاء.

ح. **مرحلة وضع معايير العمل:** يتم فيها وضع المعايير وآليات العمل المطلوبة لتحقيق الأهداف، وإنجاز المهام.

خ. **مرحلة توزيع الأدوار والتنفيذ:** يقوم فيها قائد الفريق بتوزيع المهام على الفريق ليتم تنفيذ الأعمال المطلوبة وإنجازها.

- د. مرحلة التقييم: يتم فيها تقييم الأعمال التي تم تنفيذها ومقارنتها بالأهداف المحددة مسبقاً.
- ذ. مرحلة الانتهاء: يتم فيها إنجاز الأعمال وتحقيق الأهداف واعداد التقارير.
٤. العوامل المؤثرة على فاعلية فريق العمل:
- يتأثر العمل في فريق بعدة عوامل تؤدي لنجاح هذا العمل، ويرى (ستيفن، فينسنت، ٢٠٠٩، ١١-٣١) أن العوامل المؤثرة على فاعلية ونجاح أداء فريق العمل ما يلي: -
- أ. طبيعة عضوية الفريق: وتتمثل في أنماط شخصيات الفريق وخصائصها كدرجة النضج والخلفية الثقافية والمهنية والعلاقات التبادلية، المهام السابق إنجازها.
- ب. شمولية القدرات والرغبات: وتتمثل في مدى توافر القدرات (المهارات والمعارف) وتوافر الرغبات (الاتجاهات والمواقف في بيئة العمل).
- ت. قوة تماسك الفريق: وتتمثل في مدى تآلف أعضاء الفريق، والرغبة في الاستمرار بعضويته وقبولهم المشترك لأهداف الفريق، والسعي الجماعي المتعاون لتحقيقه.
- ث. بيئة عمل الفريق: وتشمل المواد والتجهيزات المستخدمة وسياسات العمل، بالإضافة إلى عوامل غير ملموسة مثل ثقافة المؤسسة.
- ج. قيادة الفريق: يجب أن تكون ناصحة ومدربة لأعضاء الفريق، واشراكهم في مسئولية إنجاز المهمة، ويجب أن يشجعوهم على المشاركة في صنع القرارات.
- ح. إدارة الصراع داخل الفريق: ينذر أن يشترك كل الأعضاء في نفس الاتجاهات والسلوكيات والتوقعات والآراء لذا لابد من إدارة تلك الاختلافات والصراعات الداخلية.



٥. خصائص فريق العمل الفعال:

تظهر على فريق العمل الفعال عددا من الخصائص والسمات الإيجابية التي يجب الحفاظ عليها وتطويرها، والفريق الناجح هو الذي يعمل على التأكد من عدم وجود أي انحراف عن هذه الخصائص السمات، ويجب وضع الخطط التي تمكن من حل أية مشكلات قبل أن تتفاقم وتزداد تعقيدا وتتمثل خصائص الفريق الفعال في العناصر التالية (قاسم، ٢٠١١، ١١٢١-١١٢٣):

- أ. وضوح أهداف الفريق لجميع الأعضاء مما يعطى حافزا قويا لإنجاز المهام وغياب وضوح الأهداف من عوامل فشل أي فريق.
- ب. الانفتاح، ويقصد به وجود علاقات منفتحة بين أعضاء الفريق، ومواجهة صريحة وتنسيق المشاعر وبناء الثقة والمودة والانسجام، ويتمثل في تحديد القضايا والاستماع لكل فرد في الفريق دون رفض مسبق لأي موقف.
- ت. التأييد والثقة من الصفات ذات الأهمية في العلاقات الإنسانية ، وتعد من خصائص نجاح أي فريق .
- ث. التعاون وحل الخلافات والنزاعات يساعد على تعزيز التعاون وتحديد القضايا ذات الأولوية لجمع الفريق لمناقشة القضايا ذات الخلاف، وتحديد النتائج المطلوبة.
- ج. الإجراءات الواضحة والمناسبة تساعد الفريق على أداء وانجاز المهمة، وتسهيل عمل الفريق.
- ح. القيادة الإدارية المرغوبة حيث يلعب القائد دورا مهماً في توزيع الأدوار وتحمل المسؤوليات بين أعضاء الفريق وتوجيه سلوك الفريق لأداء المهمة.
- خ. تقديم الأفكار الإبداعية والحلول الابتكارية والحرص على إنجازها.

د. تطوير الفريق عن طريق التعاون المتبادل بين الأعضاء وقائد الفريق لتحقيق أهداف المؤسسة.

ذ. إيجاد وسيلة لحل الخلافات والمشكلات والتوصل إلى حلول مناسبة.

ر. خلق علاقات طيبة قوية بين الأعضاء.

ز. تحديد حجم مناسب للفريق يتناسب العدد فيها مع حجم المهمة المطلوبة.

س. المراجعة والتقييم المستمر بشكل بنائي أثناء تنفيذ ونهائي بعد إتمام المهمة وتحقيق الأهداف المحددة لها.

#### ٦. مهارات العمل في فريق:

يرى كلا من (Joe,2019.32-43)، (Peter,2019 , 486-492) أن

هناك مجموعة متنوعة من المهارات الشخصية و الاجتماعية والإدارية يجب أن يمتلكها أفراد الفريق لإنجاز المهام وتحقيق الأهداف التي تكون الفريق من أجلها :

أ. الاستماع: القدرة على الاستماع إلى أفكار الآخرين، والتعبير عن الأفكار وتفهمها، تحليل الأفكار واستخدامها في إنتاج أفكارًا أخرى.

ب- طرح الأسئلة: طرح الأسئلة والتفاعل ومناقشة أهداف الفريق.

ب. الإقناع: تشجيع الأفراد على تبادل الرؤى والدفاع عنها وإعادة التفكير في أفكارهم.

ت. الاحترام: من المهم معاملة الآخرين باحترام ودعم أفكارهم.

ث. المساعدة: من الضروري مساعدة زملاء العمل، والعمل بروح الفريق الواحد.

ج. الإعداد: من المهم أن يشارك مع الفريق لخلق بيئة العمل بروح الفريق الواحد.

ح. المشاركة: يتم تشجيع جميع أعضاء الفريق على المشاركة في الفريق.

خ. التواصل: إكساب أعضاء الفريق مهارات الاتصال واستخدام قنوات الاتصال الفعال.

## ثانيا: إعداد أدوات البحث والإجراءات التجريبية

١. إعداد قائمة مهارات التسويق السياحي ملحق رقم (٢) لطلاب المدرسة الثانوية

للسياحة والفنادق، واتبع الباحث الخطوات الآتية عند إعداد القائمة:

أ. تحديد الهدف من قائمة مهارات التسويق السياحي الواجب تنميتها لدى طلاب التعليم الثانوي للسياحة والفنادق.

ب. الرجوع إلى البحوث والدراسات السابقة.

ت. جمع بيانات عن مهارات التسويق السياحي من الميدان (مقابلات مفتوحة).

ث. استطلاع آراء الخبراء في الميدان وخبراء تصميم المناهج ملحق رقم (١).

ج. تصميم قائمة اشتملت على عدد (١٣) مهارات رئيسية، وعدد (٧٨) مهارة فرعية

وعرضها على السادة المحكمين (ملحق رقم ١) وتم إجراء التعديلات وفق آراء

السادة المحكمين، وقد تم تأكيد صدق المحكمين عليها وبذلك أصبحت في

القائمة في صورتها النهائية.

٢. إعداد قائمة مهارات العمل في فريق (ملحق رقم ٣) لطلاب التعليم الثانوي للسياحة

والفنادق، واتبع الباحث الخطوات الآتية عند إعداد القائمة:

أ. تحديد الهدف من قائمة مهارات العمل في فريق الواجب تنميتها لدى طلاب

التعليم الثانوي للسياحة والفنادق "

ب. الرجوع إلى البحوث والدراسات السابقة.

ت. جمع بيانات عن مهارات العمل في فريق من الميدان (مقابلات مفتوحة)

ث. استطلاع آراء الخبراء في الميدان وخبراء تصميم المناهج ملحق رقم (١).

ج. تصميم قائمة اشتملت على عدد ( ١١ ) مهارات رئيسية ، وعدد ( ٧١ ) مهارة

فرعية وعرضها على السادة المحكمين ( ملحق رقم ١ ) وتم إجراء التعديلات

وفق آراء السادة المحكمين ، وقد تأكيد صدق المحكمين عليها وبذلك أصبحت في القائمة في صورتها النهائية .

٣. الإطار المقترح لمنهج قائم على أهداف التنمية المستدامة ٢٠٣٠ (ملحق رقم 4) وقد تضمن:

أ. مسمى المنهج المقترح: التنمية السياحية المستدامة

ب. وضع مبررات تصميم المنهج من خلال:

(١) الاطلاع التوجيهات منظمة اليونسكو " التعليم من أجل تحقيق أهداف التنمية المستدامة ٢٠٣٠.

(٢) الاطلاع على البحوث والدراسات والمشروعات التي اهتمت بأهداف التنمية المستدامة.

(٣) الاطلاع على البحوث والدراسات التي اهتمت بأهداف بتنمية مهارات التسويق السياحي.

(٤) الاطلاع على البحوث والدراسات التي اهتمت بأهداف بتنمية مهارات العمل في فريق.

ت. تحديد الأهداف العامة للمنهج في ضوء خصائص المتعلمين أهداف التعليم الثانوي للسياحة والفنادق وفي ضوء قائمتي مهارات التسويق السياحي، ومهارات العمل في فريق بعد توكيد صدق المحكمين.

ث. تحديد الأهداف الإجرائية للمنهج المقترح.

ج. تحديد محتوى المنهج المقترح: تم تحديد محتوى المنهج في ضوء أهداف التنمية المستدامة ٢٠٣٠، ومهارات التسويق السياحي، ومهارات العمل في فريق، وكذلك في ضوء البحوث والدراسات السابقة.

"دراسات في التعليم الجامعي" المؤتمر الدولي الثالث عشر ١٠-١١ أكتوبر ٢٠٢٠م

جدول رقم (٢) محتوى المنهج المقترح

شهور الدراسة	الحصص	الدروس	الوحدة
سبتمبر	١	تعريف التنمية السياحية وخصائصها	التنمية السياحية
	١	أهداف التنمية السياحية	
	٢	عناصر التنمية السياحية	
أكتوبر	٢	استراتيجيات التنمية السياحية	
	١	التنمية السياحية المستدامة	
	١	وسائل التنمية السياحية في مصر	
	٢	تعريف الطلب السياحي وخصائصه	
	٢	مراحل الطلب السياحي	
نوفمبر	١	تحفيز الطلب السياحي	العمل في قطاع السياحي
	١	أثر الموارد البشرية على الطلب السياحي	
	١	نوعية الطلب السياحي في مصر	
	١	مجالات العمل في السياحة	
	١	فرق العمل في المؤسسات السياحية	
	١	تكوين فرق العمل	
	٢	مهارات فرق العمل في قطاع السياحة	
ديسمبر	١	دور القائد في فريق العمل	التسويق السياحي
	١	تقييم فرق العمل	
	١	تعريف التسويق السياحي وعناصره	
	١	مبادئ التسويق السياحي	
	٢	استراتيجيات التسويق السياحي	
	٢	مهارات التسويق السياحي	
فبراير	١	تعريف المزيج التسويقي	مزيج التسويق السياحي
	١	تطوير المنتج السياحي	
	١	سياسات التسعير في قطاع السياحة	

منهج قائم على أهداف التنمية المستدامة أ.م.د. محمد سلامة محمد

الوحدة	الدروس	الحصص	شهور الدراسة
التسويق السياحي	توزيع المنتجات والخدمات السياحية	١	مارس
	ترويج المنتجات والخدمات السياحية	١	
	دور فرق العمل في المزيج التسويقي	٢	
	تعريف التسويق السياحي الإلكتروني	١	
	أساليب التسويق السياحي الإلكتروني	٢	
	دور التسويق الإلكتروني تنشيط السياحة	٢	
أسواق السياحة	طبيعة الاسواق السياحية	١	أبريل
	أنواع السائحين	٢	
	أسواق السياحة الثقافية	٢	
	أسواق السياحة البيئية	٢	
	سياحة كبار السن	١	
دورة حياة الخدمة السياحية	مرحلة التقديم	١	مايو
	مرحلة النمو	١	
	مرحلة النضج	١	
	مرحلة الانحدار	١	
إعداد خطة التنمية السياحية	مراحل إعداد خطة التنمية السياحية	١	مايو
	معايير خطة التنمية السياحية	١	
	كتابة خطة التنمية السياحية	١	
	تقويم خطة التنمية السياحية	١	

وتم إعداد الصورة المبدئية للمحتوى وعرضه على السادة المحكمين (ملحق رقم ١)، وتعديله في ضوء آرائهم وتم التوصل للصورة النهائية لمحتوى المنهج المقترح (ملحق رقم ٤).

ح. تحديد أساليب التدريس المقترحة وكانت كالتالي :

(١) التعلم التعاوني.

٢) حل المشكلات.

٣) المشروعات التعليمية.

٤) التعلم النشط.

٥) اللقاء.

خ. وضع الأنشطة التعليمية المقترحة واستخدمت الوسائل الأتية.

١) الأنشطة الالكترونية عبر وسائل التواصل الاجتماعي.

٢) البطاقات الورقية.

٣) البحث الإلكتروني

د. تحديد المصادر التعليمية في المنهج المقترح.

ذ. تحديد أساليب التقويم وتمثلت في:

١) التقويم المبدئي أو القبلي بهدف التعرف على مدى استعداد الطلاب

لتعلم المهارات.

٢) التقويم البنائي أو التكويني بهدف التعرف على مدى توافر متطلبات

التعلم وتحسينها.

٣) التقويم التشخيصي بهدف التعرف على تشخيص موطن القوة والضعف

في مستويات التعلم.

٤) التقويم الختامي التجمعي بهدف الوقوف على فاعلية التدريس.

ر. وضع الخطة الدراسية لتطبيق المنهج المقترح.

٤. اعداد كتاب الطالب ملحق رقم (٥): يسترشد الطلب به في دراسة أربعة وحدات

دراسية من المنهج المقترح وتضمن الكتاب العناصر التالية:

أ. وتشتمل على تعريف الطلاب بموضوعات الوحدات الدراسية الأربعة وتقديم

طبيعة المنهج المقترح.

ب. دروس الوحدات: ويتضمن كل درس ما يلي:

- ١) عنوان الدرس: والذي تم تحديده وفق خطة تدريس المنهج المقترح.
- ٢) الأهداف السلوكية: وتم تحديد الأهداف السلوكية المتوقع تحقيقها بعد انتهاء دراسة الدرس.
- ٣) المحتوى التعليمي: والذي تم تحديده وفق المنهج المقترح.
- ٤) أنشطة الدرس والتي تم تحديدها ضمن أنشطة المنهج المقترح.
- ٥) عرض الدرس: تم صياغة الدرس وفق أهداف المنهج المرجو تحقيقها.
- ٦) تقويم الدرس: والذي تضمن أسئلة متنوعة تضمن قياس مدى تحقق الأهداف.

ت. تقويم نهاية الوحدة الدراسية: بأسئلة متنوعة شاملة أهداف الوحدة الدراسية.  
ث. تقويم نهاية تدريس الوحدات الدراسية: بأسئلة متنوعة شاملة أهداف المنهج المقترح.

٥. إعداد دليل المعلم ملحق رقم (٦): لتدريس أربعة وحدات دراسية من المنهج المقترح وتضمن دليل المعلم خطة زمنية مقترحة لتدريس موضوعات المنهج قدرت بثمانية وعشرون حصة دراسية وذلك في إطار المنهج المقترح، وقد اشتمل كل درس ما يلي:

- أ. المقدمة والفلسفة التي يقوم عليها الدليل: تضمنت المقدمة توضيحاً لطبيعة ربط المنهج بأهداف التنمية المستدامة ٢٠٣٠، وخطة اليونسكو للتعليم من تحقيق الأهداف وفلسفتها في الدعوة إليها.
- ب. الأهداف التعليمية: وهي التغيرات المتوقع حدوثها في سلوك الطالب عقب انتهاء الدرس.



ت. الأدوات والوسائل التعليمية: التي سوف يتم استخدامها أثناء الدرس، والتي يمكن أن تساعد في تحقيق أهداف الدرس.

ث. التهيئة للدرس: وهي وصف لمجموعة الإجراءات التي يقوم بها المعلم بغرض إعداد الطلاب وزيادة إقبالهم على تعلم موضوع الدرس.

ج. خطة السير في الدرس: وهو أسلوب مقترح يحدد للمعلم أهم الخطوات الواجب تنفيذها أثناء التدريس لتحقيق الأهداف المرجوة من تدريس كل وحدة.

ح. التقويم: يتم فيه وصف الإجراءات التي يقوم بها المعلم من أجل تحقيق أهداف الدرس.

خ. ضبط دليل المعلم: تم عرض الدليل على مجموعة من خبراء المناهج (ملحق رقم ١) للتعرف على مدى صحة الموضوعات المتضمنة في دليل المعلم، ومدى صحة الإجراءات التدريسية من أجل تحقيق أهداف الدرس، ومناسبة الصياغة اللغوية وطريقة الشرح لمستوى الطلاب، وقد تم إجراء التعديلات والمقترحات التي أجازها السادة المحكمون وأصبح الدليل في صورته النهائي.

٦. اختبار مهارات التسويق السياحي: ملحق رقم (٧).

أ. تحديد الهدف من الاختبار: يهدف الاختبار إلى قياس مهارات التسويق السياحي الواجب تتميتها لدى طلاب التعليم الثانوي للسياحة والفنادق عينة البحث.

ب. وضع تعليمات الاختبار: تم توضيح نوع الاختبار للطلاب عينة البحث؛ حيث بين لهم أن الاختبار من نوع الاختيارات الموضوعية، كما راعى أن تكون عباراتها سهلة وواضحة ومختصرة ومباشرة، كما راعى أن توضح للطالب ضرورة الإجابة عن كل الأسئلة وقد تضمن مثالا محلولا وطريقة الإجابة عنه، كما بينت التعليمات زمن الإجابة عن الاختبار.

ت. إعداد الاختبار في صورته الأولى: تم صياغة الاختبار بحيث قياس مهارات التعامل مع العملاء لدى طلاب التعليم الثانوي للسياحة والفنادق عينة البحث وقد اشتمل الاختبار على عدد كبير من الأسئلة التي تغطي جميع الجوانب وبلغ عدد الأسئلة (٦٠) سؤالاً .

ث. ضبط الاختبار: بعد إعداد الاختبار في صورته الأولى ووضع التعليمات اللازمة للاختبار، تم عرض الاختبار على مجموعة من المحكمين (ملحق ١) من أساتذة المناهج وطرق التدريس المتخصصين وأساتذة السياحة والفنادق والتجارة والعاملين بالميدان للتأكد من:

١) صلاحية الاختبار للتطبيق.

٢) كفاية عدد الأسئلة لمهارات التسويق السياحي.

٣) ملاءمة مفردات الاختبار لطلاب العينة.

٤) سلامة ووضوح تعليمات الاختبار.

وبعد أن تم تحليل آراء السادة المحكمين قام الباحث بإجراء التعديلات اللازمة؛ حيث اشتملت التعديلات على إعادة بعض الصياغات وحذف بعض الأسئلة، كما تم تغيير بعض البدائل بالنسبة لأسئلة الاختيار من متعدد، وتم إجراء التعديلات وأصبح الاختبار يتكون من (٥٠) سؤالاً من الاختيار وبلغت درجات الاختبار (١٠٠) درجة.

ج. تقدير صدق الاختبار: من المعروف أن الاختبار الصادق هو الذي يقيس ما

وضع لقياسه وللتأكد من صدق الاختبار استخدم الطريقتين الآتيتين:

١) صدق المحكمين: حيث تم عرض الاختبار في صورته الأولى على

مجموعة من المحكمين لإبداء الرأي في الاختبار وقام الباحث بإجراء

التعديلات التي أبداهها المحكمون.

٢) صدق المحتوى: حتى يمكن الربط بين الأهداف التي تم صياغتها؛ قام الباحث بإعداد جدول لموصفات للاختبار قياس مهارات التسويق السياحي، لتحديد مدى ارتباط الاختبار بالأهداف المراد قياسها وذلك لمعرفة مدى تطابق السلوك والمحتوى في كل هدف بالسلوك والمحتوى في البند الخاص به.

ح. ثبات الاختبار: باستخدام معادلة كودر-رينشاردسون (ر ٢٠) وجد أن معامل ثبات الاختبار (٠,٧٩٨٨).

٦. اختبار مهارات العمل في فريق: ملحق رقم (٨).

أ. تحديد الهدف من الاختبار: يهدف الاختبار إلى قياس مهارات العمل في فريق الواجب تميمتها لدى طلاب التعليم الثانوي للسياحة والفنادق عينة البحث.

ب. وضع تعليمات الاختبار: تم توضيح نوع الاختبار للطلاب عينة البحث؛ حيث بين لهم أن الاختبار من نوع الاختيارات الموضوعية، كما راعى أن تكون عباراتها سهلة وواضحة ومختصرة ومباشرة، كما راعى أن توضح للطالب عينة ضرورة الإجابة عن كل الأسئلة وأن تتضمن مثالا محلولا وطريقة الإجابة عنه، كما بينت التعليمات زمن الإجابة عن الاختبار.

ت. إعداد الاختبار في صورته الأولية:

تم صياغة الاختبار بحيث قياس مهارات العمل في فريق لدى طلاب التعليم الثانوي للسياحة والفنادق عينة البحث وقد اشتمل الاختبار على عدد كبير من الأسئلة التي تغطي جميع الجوانب وبلغ عدد الأسئلة (٦٠) سؤالاً .

ث. ضبط الاختبار: بعد إعداد الاختبار في صورته الأولية ووضع التعليمات اللازمة للاختبار، تم عرض الاختبار على مجموعة من المحكمين ملحق رقم (١) من

أساتذة المناهج وطرق التدريس المتخصصين وأساتذة السياحة والفنادق والتجارة  
والعاملين بالميدان وذلك للتأكد من:

- ١) صلاحية الاختبار للتطبيق.
- ٢) كفاية عدد الأسئلة لمهارات العمل في فريق.
- ٣) ملائمة مفردات الاختبار لطلاب العينة.
- ٤) سلامة ووضوح تعليمات الاختبار.

وبعد أن تم تحليل آراء السادة المحكمين قام الباحث بإجراء التعديلات اللازمة؛ حيث اشتملت التعديلات على إعادة بعض الصياغات وحذف بعض الأسئلة، كما تم تغيير بعض البدائل بالنسبة لأسئلة الاختيار من متعدد، وتم إجراء التعديلات وأصبح الاختبار يتكون من (٥٠) سؤالاً من الاختيار وبلغت درجات الاختبار (١٠٠) درجة.

**ج. تقدير صدق الاختبار:** من المعروف أن الاختبار الصادق هو الذي يقيس ما وضع لقياسه وللتأكد من صدق الاختبار استخدم الطريقتين الآتيتين:

١) صدق المحكمين: حيث تم عرض الاختبار في صورته الأولية على مجموعة من المحكمين لإبداء الرأي في الاختبار وقام الباحث بإجراء التعديلات التي أبدأها المحكمون.

٢) صدق المحتوى: حتى يمكن الربط بين الأهداف التي تم صياغتها؛ قام الباحث بإعداد جدول لموصفات للاختبار بقياس مهارات العمل في فريق، لتحديد مدى ارتباط الاختبار بالأهداف المراد قياسها وذلك لمعرفة مدى تطابق السلوك والمحتوى في كل هدف بالسلوك والمحتوى في البند الخاص به.

**ح. ثبات الاختبار:** باستخدام معادلة كودر-ريتشاردسون (ر ٢٠) وجد أن معامل ثبات الاختبار (٠,٧٥) ملحق رقم (٩) المعالجة الإحصائية.

### ثالثاً: تجربة البحث ونتائجها:

بعد الانتهاء من إعداد مواد أدوات البحث والقياس تم إجراء تجربة البحث كما

يلي:

١. تحديد الهدف من تجربة البحث: هدفت التجربة الميدانية للبحث إلى تجريب أربعة وحدات دراسية من المنهج المقترح للوقوف على مدى فاعليتها في تنمية مهارات التسويق السياحي، ومهارات العمل في فريق لدى طلاب التعليم الثانوي للسياحة والفنادق.

٢. التصميم التجريبي للبحث: استخدم البحث الحالي التصميم التجريبي ذا المجموعة التجريبية الواحدة.

٣. اختيار عينة البحث: تم اختيار عينة البحث من طلاب التعليم الثانوي للسياحة والفنادق، وبلغ عددهم (٥٨) طالب/ طالبة عينة تجريبية.

٤. الخطة الزمنية: بدأ التطبيق الميداني في الفصل الدراسي الأول من العام الدراسي ٢٠١٩-٢٠٢٠ وقد اتخذ التطبيق الخطوات التالية "

أ. التطبيق القبلي لأداتي القياس (اختبار مهارات التسويق السياحي) و(اختبار مهارات العمل في فريق) لدى طلاب التعليم الثانوي للسياحة والفنادق، وقد أظهر النتائج ما يوضح انخفاض مستوى الطلاب في نتائج الاختبارات) كما يلي:

جدول (٣) نتائج التطبيق القبلي لأداتي القياس

أداة القياس	ن	المتوسط	مربع الانحرافات	التباين
اختبار مهارات التسويق السياحي	٥٨	٢٠	١١٢٨	١٩,٤٥
اختبار مهارات العمل في فريق	٥٨	٢٠,٢١	١٠٥٥	١٨,١٩

ب. تدريس الوحدات الدراسية.

ت. التطبيق البعد لأداتي القياس.

#### رابعاً: تحليل البيانات واستخلاص النتائج:

تم تحليل البيانات والوصول للنتائج بالسير وفق الخطوات التالية:

##### ١. الأساليب الإحصائية المستخدمة:

بعد تطبيق أدوات القياس قبلًا وبعديًا على الطلاب عينة البحث، تم تصحيح أوراق الإجابة، ثم رصد النتائج في جداول لمعالجتها إحصائيًا وتحليلها، وتفسيرها، والتحقق من صحة فروض الدراسة حتى يتم الإجابة عن أسئلة البحث، باستخدام برنامج spss الإصدار ٢٣، ملحق رقم (٩) المعالجة الإحصائية.

##### ٢. تحليل نتائج البحث وتفسيرها:

أ. اختبار صحة الفرض الأول: ينص الفرض الأول على " يوجد فرق ذو دلالة إحصائية عند مستوى (٠,٠١) بين متوسطي درجات الطلاب المجموعة التجريبية في التطبيق القبلي والتطبيق البعدي لاختبار مهارات التسويق السياحي لصالح التطبيق البعدي "، ولتحقق من صحة الفرض تم استخدام قيمة " ت " بعد تطبيق اختبار مهارات التسويق السياحي بعدياً فظهرت النتائج التالية:

جدول (٤) نتائج اختبار مهارات التسويق السياحي

ن	متوسط الفروق	الجزر التربيعي	درجات حرية	ت المحسوبة	ت الجدولية
٥٨	63.3	1.265	٥٧	50.04	٢,٣٩٠

يتضح من الجدول السابق أن قيمة " ت " المحسوبة (50.04) وقيمة " ت " الجدولية ( ٢,٣٩٠ ) ما يدل على وجود فرق ذو دلالة إحصائية عند مستوى (٠,٠١) بين متوسطي درجات الطلاب المجموعة التجريبية في التطبيق القبلي والتطبيق البعدي لاختبار مهارات التسويق السياحي لصالح التطبيق البعدي، والذي يشير إلى فاعلية المنهج المقترح في تنمية مهارات التسويق السياحي لدى الطلاب عينة البحث.

ب. اختبار صحة الفرض الثاني: ينص الفرض الثاني على " يوجد فرق ذو دلالة

إحصائية عند مستوى (٠,٠١) بين متوسطي درجات الطلاب المجموعة

## "دراسات في التعليم الجامعي" المؤتمر الدولي الثالث عشر ١٠-١١ أكتوبر ٢٠٢٠م

التجريبية في التطبيق القبلي والتطبيق البعدي لاختبار مهارات العمل في فريق لصالح التطبيق البعدي"، ولتحقق من صحة الفرض تم استخدام قيمة " ت " بعد تطبيق اختبار مهارات العمل في فريق بعدياً فظهرت النتائج التالية:

جدول (٥) نتائج اختبار مهارات العمل في فريق

ن	متوسط الفروق	الجزر التربيعي	درجات حرية	ت المحسوبة	ت الجدولية
٥٨	65	1.179	٥٧	55.11	٢,٣٩٠

يتضح من الجدول السابق أن قيمة " ت " المحسوبة (55.11) وقيمة " ت " الجدولية (٢,٣٩٠) ما يدل على وجود فرق ذو دلالة إحصائية عند مستوى (٠,٠١) بين متوسطي درجات الطلاب المجموعة التجريبية في التطبيق القبلي والتطبيق البعدي لاختبار مهارات العمل في فريق لصالح التطبيق البعدي، والذي يشير إلى فاعلية المنهج المقترح في تنمية مهارات العمل في فريق لدى الطلاب عينة البحث.

**ت. اختبار صحة الفرض الثالث:** ينص الفرض الثالث على " توجد علاقة ارتباطية

ذات دلالة إحصائية بين درجات طلاب المجموعة التجريبية في التطبيق البعدي لاختبار مهارات التسويق السياحي، واختبار مهارات العمل في فريق، ولتحقق من صحة الفرض تم استخدام معامل الارتباط لبيرسون وبلغت قيمته (٠,٧١٨) مما يدل على وجود علاقة ارتباطية تشير إلى قبول الفرض، وأن تنمية مهارات التسويق السياحي يؤدي إلى تحسن في تنمية مهارات العمل في فريق.

وعليه تدل نتيجة اختبار صحة الفروض الثالث على " فاعلية منهج قائم على أهداف التنمية المستدامة للأمم المتحدة ٢٠٣٠ لتنمية مهارات التسويق السياحي والعمل في فريق لدى طلاب التعليم الثانوي للسياحة والفنادق "

### خامسا: التوصيات والمقترحات:

١. تصميم منهج قائم على أهداف التنمية المستدامة ٢٠٣٠ لتنمية مهارات إعداد البرامج السياحية لدى طلاب التعليم الثانوي للسياحة والفنادق.
٢. الاهتمام بتنمية مهارات التسويق السياحي الإلكتروني في مناهج التعليم الثانوي للسياحة والفنادق.
٣. تدريب معلمي التعليم الثانوي للسياحة والفنادق أثناء الخدمة على تدريس المنهج المقترح.
٤. التوجه نحو تنمية المهارات المرتبطة بأهداف التنمية المستدامة ٢٠٣٠ مثل مهارات التسويق الأخضر، ومهارات العمل في فرق السياحة البيئية.
٥. تصميم برنامج في التنمية السياحية المستدامة لتنمية مهارات إعداد تقارير السياحة لدى طلاب التعليم الثانوية للسياحة والفنادق.
٦. تدريب طلاب كلية التربية شعبة التعليم التجاري على تدريس مناهج التعليم الثانوي للسياحة والفنادق في ضوء أهداف التنمية المستدامة ٢٠٣٠.
٧. تصميم منهج قائم على أهداف التنمية المستدامة ٢٠٣٠ لتنمية الثقافة السياحية لدى طلاب التعليم الثانوي التجاري.
٨. فاعلية نموذج قائم على أهداف التنمية المستدامة ٢٠٣٠ لتنمية الإبداع التسويقي لدى طلاب التعليم الثانوي للسياحة والفنادق.



## قائمة المراجع

### أولاً: المراجع العربية:

١. أبو النجا، محمد عبد العظيم (٢٠٠٨)، إدارة التسويق -مدخل معاصر، الدار الجامعية اسكندرية، الجلال للطباعة، الإسكندرية.
٢. أبو رحمة، مروان (٢٠١٦) محمد مبادئ التسويق السياحي والفندقي، مكتبة المجتمع العربي للنشر والتوزيع، عمان.
٣. بسيوني، إيهاب فتحي عبد العزيز (٢٠١٣)، دراسة عن جودة المناهج التطبيقية بمؤسسات التعليم الفني الفندقي-رسالة ماجستير-كلية السياحة والفنادق-جامعة المنوفية.
٤. بغدادي، منار محمد (٢٠٢٠)، تمكين طلاب المرحلة الثانوية من المهارات الحياتية في ضوء أهداف التنمية المستدامة، المجلة التربوية، العدد ٧٤، يونيو، ٦٥٨.
٥. البكري، فؤاده عبد المنعم (٢٠٠٧)، التسويق السياحي وتخطيط الحملات الترويجية في عصر تكنولوجيا الاتصالات، الطبعة الأولى، عالم الكتب، القاهرة.
٦. جعفر، فاروق (٢٠١٧)، البحث التربوي وعلاقته بالتنمية المستدامة، دراسة حالة على جامعة القاهرة، مجلة العلوم التربوية، العدد الثالث ج ٣، يوليو، ٧٥.
٧. الحبشي، محمد حسن (٢٠١٤)، رؤية مستقبلية لتطوير مناهج التعليم الفني في مصر في ضوء لنماذج الدولية لإعداد العمالة ومتطلبات تحقيق التنمية المستدامة، المركز القومي للبحوث التربوية والتنمية.
٨. الحديد، إبراهيم إسماعيل (٢٠١٠)، إدارة التسويق السياحي، دار الاصدار العلمي للنشر والتوزيع، مكتبة المجمع العلمي للنشر والتوزيع، الأردن.

٩. حسانيين، السيد أحمد عبد الغفار (٢٠٠٧)، تطوير التعليم الفندقى نظام السنوات الخمس كمدخل لتنمية السياحة في مصر، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية التربية، جامعة المنصورة.
١٠. حنفي، لمياء السيد، الشرقاوي، فتحي محمد (٢٠٠٨)، التسويق السياحي، الطبعة الأولى، دار المعرفة الجامعية، سوتير الإسكندرية.
١١. خدامية، منال (٢٠١٣)، مقومات نجاح استراتيجيات التسويق السياحي كروية نظرية جديدة لترقية السياحة الداخلية في الجزائر، الملتقى الدولي الثامن حول التسويق السياحي وتثمين صورة الجزائر، جامعة باجي مختار عنابة، نوفمبر، ١٢.
١٢. خليل، أحمد محمد (٢٠١٦)، تطوير التعليم الفني وإعداد الكوادر، جريدة الوفد، ٨ فبراير، ٦.
١٣. خليل، غريب فكرى (٢٠١٢)، التعليم السياحي قبل الجامعي ودوره في تنمية الموارد البشرية دراسة تطبيقية على مدينة السويس، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية السياحة والفنادق، جامعة قناة السويس.
١٤. الدسوقي، محمد إبراهيم (٢٠١٦)، فاعلية توظيف أدوات الجيل الثاني للويب لتنمية مهارات التسويق السياحي لدى طلال التعليم الثانوي الفندقى في ضوء معايير الجودة، مجلة العلوم التربوية العدد (٢) ج (٢)، كلية الدراسات العليا للتربية، جامعة القاهرة، ٦٣٨-٦٣٩.
١٥. رشوان، إيمان محمد أحمد (٢٠١٦)، أثر استخدام التدريس المتميز في تدريس الاقتصاد المنزلى على تنمية بعض مهارات العمل الجماعي والتفكير الإيجابي لدى تلميذات الصف الخامس الابتدائي، مجلة بحوث عربية في مجالات التربية النوعية، العدد الرابع، أكتوبر، ١١٧-١٢٣.

## "دراسات في التعليم الجامعي" المؤتمر الدولي الثالث عشر ١٠-١١ أكتوبر ٢٠٢٠م

١٦. رضوان، وائل و فيق (٢٠١٩)، متطلبات تسويق التعليم الفني الصناعي بمحافظة دمياط، مجلة كلية التربية، جامعة دمياط، ٦٨.
١٧. الزعبي، علي فلاح (٢٠١٣)، التسويق السياحي والفندقي مدخل صناعة السياحة والضيافة، دار النسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، الأردن، ١٣.
١٨. زين الدين، صلاح (٢٠١٦)، دراسة لفرص وتحديات التنمية السياحية المستدامة في مصر، المؤتمر العلمي الدولي الثالث القانون والسياحة، ابريل ٦٢ - ٦٢، كلية الحقوق، جامعة طنطا.
١٩. السديري، أحمد محمد خميس (٢٠١٠)، آراء العاملين في القطاع الخاص في سلطنة عمان عن مهارات مدراءهم في قيادة فريق العمل، رسالة ماجستير، الاكاديمية العربية البريطانية للتعليم العالي، المملكة المتحدة.
٢٠. السرابي، علاء حسين، خنفر، سليم محمد، الحجى، عبد المحسن عبد الله، التسويق والمبيعات السياحية والفندقية، الطبعة الأولى، دار جريز للنشر والتوزيع، عمان، ٢٠١١.
٢١. سلامة، محمد (٢٠١٨)، استراتيجية قائمة على عادات العقل لتنمية مهارات التعامل مع العملاء والتميز في جودة الخدمة لدى طلاب المدرسة الثانوية للسياحة والفنادق، مجلة كلية التربية، جامعة حلوان، المجلد (٢٤)، العدد (١)، يناير
٢٢. الشكر، لؤي لطيف، النعمي، فلاح تاية، (٢٠١٧) التسويق السياحي والفندقي، دار دجلة للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، عمان.
٢٣. شهدة، السيد على (٢٠١٧)، مناهج العلوم وتحقيق أهداف التنمية المستدامة، المؤتمر العلم التاسع عشر، التربية العلمية والتنمية المستدامة، الجمعية المصرية للتربية العلمية.

٢٤. الطلافحة، حسين علي، ملاعب، عمر (٢٠١٧)، من الأهداف التنموية للألفية إلى خطة التنمية المستدامة ٢٠٣٠، التقييم والمستجدات، المعهد العربي للتخطيط، مجلة جسر التنمية عدد ١٣٨، ١٣.
٢٥. عبد السميع، صبرى (٢٠١٧)، التسويق السياحي والفندقي، أسس علمية وتجارب عربية، الطبعة الأولى، دار الوفاء لنديا الطباعة والنشر، القاهرة، ١٣-١٧.
٢٦. عبد القادر، مصطفى (٢٠١٣)، دور الإعلان في التسويق السياحي، الطبعة الثانية، مجد المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر والتوزيع، بيروت.
٢٧. عروس، صالح عبد الحميد، احمد، جيهان نبيل، عبد العزيز، إيهاب فتحي (٢٠١٣) تقييم جودة المناهج التطبيقية بمؤسسات التعليم الفني الفندقي بالإسكندرية - بحث منشور - مجلة كلية السياحة والفنادق، جامعة الفيوم - المجلد السابع - العدد الثاني "سبتمبر"
٢٨. علي، محمد السيد (٢٠١١)، اتجاهات وتطبيقات حديثة في المناهج وطرق التدريس، دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان.
٢٩. قاسم، مصطفى محمد (٢٠١١)، دراسة بعنوان ممارسة برنامج في الخدمة الاجتماعية لتنمية مهارات العمل الجماعي لدى الطلاب، مجلة دراسات في الخدمة الاجتماعية والعلوم الإنسانية، كلية الخدمة الاجتماعية - جامعة حلوان - ع 31، ج ١٩.
٣٠. قرني، زبيدة محمد (٢٠١٦)، تخطيط المناهج الدراسية وتطويرها، المكتبة العصرية، المنصورة.
٣١. كسناوي، نهاد محمود محمد (٢٠١٩)، فاعلية تدريس العلوم باستخدام نماذج كيجان Kagan في تنمية التحصيل ومهارات العمل الجماعي لدى طالبات

## "دراسات في التعليم الجامعي" المؤتمر الدولي الثالث عشر ١٠-١١ أكتوبر ٢٠٢٠م

- الصف الثاني المتوسط بمدينة مكة المكرمة ، مجلة البحث العلمي في التربية ، العدد ٢٠، كلية البنات للآداب والعلوم والتربية ، جامعة عين شمس ، ٣٢٤ .
٣٢. كوهين ستيفن، وأوكونل فينسنت (٢٠٠٩)، العادات الست لفريق العمل الناجح. ترجمة، قسم الترجمة بدار الفاروق. دار الفاروق للاستشارات الثقافية، القاهرة
٣٣. مرسي، محمد حافظ حجازي (٢٠١٦)، إدارة التسويق السياحي والفندقي، الطبعة الأولى، دار الوفاء لنديا الطباعة والنشر، القاهرة.
٣٤. المعري، عبد الحميد عبد الفتاح (٢٠٠٧) المهارات التنظيمية والسلوكية لتنمية الموارد البشرية، المكتبة العصرية للنشر والتوزيع، القاهرة
٣٥. منظمة الأمم المتحدة للتربية والعلوم والثقافة اليونسكو (٢٠١٣)، التربية من أجل التنمية المستدامة.
٣٦. منظمة الأمم المتحدة للتربية والعلوم والثقافة اليونسكو (٢٠١٧)، التعليم من أجل تحقيق أهداف التنمية المستدامة، أهداف التعلم، قطاع التربية.
٣٧. المنظمة العالمية للملكية الفكرية (٢٠١٨)، تقرير بشأن مساهمة الويبو في تنفيذ أهداف التنمية المستدامة والغايات المرتبطة بها، الأمانة العامة.
٣٨. نصار، مديحة رمضان سيد (٢٠١٠)، تقييم التعليم الفني السياحي بمصر في ظل المتغيرات العالمية الحديثة، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية السياحة والفنادق، قسم الدراسات السياحية، جامعة حلوان.
٣٩. هاني، مرفت حامد محمد (٢٠١٧)، أثر استخدام استراتيجيات كاجان في تدريس العلوم في تنمية مهارات التفكير المنتج ومهارات التعاون ومفهوم الذات الأكاديمية لدى تلاميذ الصف الرابع الابتدائي. مجلة كلية التربية، جامعة المنوفية، ١٥.

ثانيا: المراجع الأجنبية :

40. Arumugam , n et al (2013) : Cultural influences on group learning in anESL classroom , Review of European studies . 5(2) .
41. -Danielle Nierenberg, (2012) , The role of women in sustainable development, Women Deliver organization . Global Times Published ,6-25 .
42. Giacomo D'Alisa,(2007) : Dimensions of sustainable development: a proposal of systematization of sustainable approaches, Quaderno, Foggia, Italy.
43. -Grosskurth, J. & J. (2005) : Rotmans`1 The Scene Model: Getting Grip on Sustainable Development in Policy Making. Environment, Development and Sustainability, 7, no.1.
44. -Ian, C., John, R., Suzy, U., David, G., Graham, D., Bobby, C., ... & Heather, R. (2019). Education for Sustainable Development: A Study in Adolescent Perception Changes Towards Sustainability, Following a Strategic Planning-Based Intervention—The Young Persons' Plan for the Planet Program. Sustainability, 11(20) .
45. -Karatas, I. & Baki, A. (2017). The effect of learning environments based on problem solving on students' achievements of problem solving, International Electronic Journal of Elementary Education, 5(3)

46. .-Kioupi, V., & Voulvoulis, N. (2019). Education for Sustainable Development: A Systemic Framework for Connecting the SDGs to Educational Outcomes. Sustainability, 11(21).
47. Mackall, Joe (2009): Teamwork Skills. Third Edition. Ferguson Publishing, USA.
48. Michael A. W. (2012). Effective Teamwork, 3rd. Blackwell – Publishing. USA .
49. Morgan, L. (2012) : Importance of Teamwork. NATA Safety 1<sup>st</sup> eToolkit – Issue 88 December. 1– 6 .
50. Nickerson, N.P., Jordenson, J. & Boley, B. B. (2016): Are Sustainable tourist a higher spending market? Tourism management, 54 .
51. Obed Henry Mwinuka (2017) : Reviewing the role of tourism marketing in successful sustainable tourist destinations , African Journal of Hospitality, Tourism and Leisure, Volume 6 (2) , ISSN: 2223-814X.
52. Ramot Peter, Masda Surti Simatupang (2019) : Teamwork Soft Skill Development In Facing The Globalization , International Journal of Engineering and Advanced Technology (IJEAT), ISSN: 2249 – 8958, Volume-8 Issue-5C.
53. Sanna-Mari Renfors (2017) : Skills Needed in International Tourism Business Development Study of Higher Tourism

Education in Finland , Satakunta University of Applied Sciences, Pori .

54. Sheresheva, M. and Kopiski, J. (2016) : “The main trends, challenges and success factors in the Russian hospitality and tourism market”, Worldwide Hospitality and Tourism Themes, Vol. 8 No. 3.
55. Truong, D.V. & Hall, M. C. (2016) : Corporate Social Marketing in Tourism: to sleep or not to sleep with the enemy? Tourism Management Perspectives, April .
56. UN,(2013) : An Action Agenda for Sustainable Development REPORT FOR THE UN SECRETARYGENERAL, SDSN .
57. UNESCO ( 20١٣): Education for Sustainable Development Sourcebook , ISBN 978-92-3-001157-4,
58. UNESCO( 2006) :Education for Sustainable Development Toolkit. Learning & Training Tools No. 1.
59. United Nations (2015) : Resolution adopted by the General Assembly on 25 September 2015, General Assembly .
60. Weimar, Emily (2013): The Influence of Teamwork Quality on Software Development Team Performance. Masyer Thesis, Tilburg University.