

متطلبات تحقيق الجودة المهنية لأخصائي رعاية الشباب في ضوء التسويق الالكتروني

*Requirements for achieving The professional quality for youth welfare*

*Worker in the light of The E-Marketing*

إعداد

انتصار محمد كمال الدين رياض

إشراف

د/ سعد عيد قاسم زيدان

أ.د/ منال فاروق سيد علي

استاذ مساعد بقسم مجالات الخدمة الاجتماعية

استاذ بقسم مجالات الخدمة الاجتماعية

كلية الخدمة الاجتماعية

كلية الخدمة الاجتماعية



## المخلص

متطلبات تحقيق الجودة المهنية لأخصائي رعاية الشباب في ضوء التسويق الإلكتروني

أولاً: مشكلة الدراسة وأهميتها:

يعتبر التسويق الإلكتروني من أهم حقول المعرفة التسويقية الحديثة والتي ظهرت بسبب التطور الهائل في تكنولوجيا المعلومات ونظم الاتصالات التي حظيت باهتمام كبير في الآونة الأخيرة وتحرص مهنة الخدمة الاجتماعية في ممارستها على الامكانيات والقدرات الشخصية للأخصائيين الاجتماعيين بأجهزة رعاية الشباب الجامعي وذلك لأن القدرات الشخصية تلعب دوراً مهماً في الأداء المهني بأجهزة رعاية الشباب الجامعي وفي ظل هذا التطور ظهر التسويق الإلكتروني الذي مثل قفزة نوعية ومهمة في جذب الشباب الجامعي، لذا فإن تحقيق الجودة المهنية يحتاج العديد من المتطلبات وذلك لإنجاز العمل بطريقة أفضل وفي أسرع وقت وبأقل جهد ممكن.

ثانياً: الهدف الرئيسي للدراسة: تحديد متطلبات تحقيق الجودة المهنية لأخصائي رعاية الشباب في ضوء التسويق الإلكتروني.

ثالثاً: تساؤل الدراسة: ما متطلبات تحقيق الجودة المهنية لأخصائي رعاية الشباب في ضوء التسويق الإلكتروني؟

رابعاً: مفاهيم الدراسة: الجودة المهنية - التسويق الإلكتروني

خامساً: الاجراءات المنهجية:

نوع الدراسة: دراسة وصفية تحليلية.

المنهج المستخدم: المنهج الوصفي باستخدام طريقة المسح الاجتماعي الشامل لجميع الاخصائيين الاجتماعيين بأجهزة رعاية الشباب الجامعي.

أدوات الدراسة: استمارة قياس للأخصائيين الاجتماعيين بأجهزة رعاية الشباب الجامعي.

مجالات الدراسة :

المجال المكاني: جامعة الفيوم.

المجال البشري: الاخصائيين الاجتماعيين بأجهزة رعاية الشباب الجامعي وبلغ عددهم ( 128 ) مفردة.

المجال الزمني: فترة اجراء الدراسة.

سادساً : نتائج الدراسة:

- 1- أكدت نتائج الدراسة على أهمية إطلاع أخصائي رعاية الشباب على القوانين واللوائح المتعلقة بالجودة المهنية على الموقع الجامعي.
- 2- توصلت الدراسة إلى أهمية تدريب أخصائي رعاية الشباب بالجامعة على استخدام أدوات التسويق الإلكتروني لتحقيق متطلبات الجودة المهنية.
- 3- أشارت الدراسة إلى أهمية تطوير مهارات أخصائي رعاية الشباب الجامعي في التسويق الإلكتروني لتحقيق الجودة المهنية في أداء المهام الوظيفية.

## Requirements for achieving professional quality of youth care specialist in the light of E- marketing

**First: The problem of the study and its importance:**

E-marketing is considered one of the most important fields of modern marketing knowledge, which has emerged due to the tremendous development in information technology and communication systems that have received great attention in recent times. Professional performance in university youth care bodies. In light of this development, e-marketing appeared, which represented a qualitative and important leap in attracting university youth. Therefore, achieving professional quality requires many requirements in order to complete the work in a better way, as quickly as possible, and with the least possible effort.

**Second: The main objective of the study:** Determining the requirements for achieving professional quality for a youth care specialist in the light of e-marketing.

**Third: The study question:** What are the requirements for achieving the professional quality of a youth care specialist in the light of e- marketing?

**Fourth: Study Concepts:** Professional Quality - E-Marketing.

**Fifth: Methodological Procedures:**

**Study type:** descriptive analytical study.

**The method used:** the descriptive method using the comprehensive social survey method for all social workers in the university youth welfare bodies.

**Study tools:** a questionnaire for social workers in university youth welfare bodies.

**fields of study:**

**Spatial domain:** Fayoum University.

**The human field:** social workers in the university youth welfare apparatus, and their number reached (128) individuals.

**Time domain:** the period of conducting the study.

**Sixth: Study Results:**

- 1- The results of the study confirmed the importance of informing the youth care specialist of the laws and regulations related to professional quality on the university website.
- 2- The study concluded the importance of training a youth care specialist at the university to use e- marketing tools to achieve professional quality requirements.
- 3- The study indicated the importance of developing the skills of the university youth care specialist in e-marketing to achieve professional quality in performing job tasks.

## أولاً: مشكلة الدراسة وأهميتها:

يعتبر التسويق الإلكتروني من أهم حقول المعرفة التسويقية الحديثة والتي ظهرت بسبب التطور الهائل في تكنولوجيا المعلومات ونظم الاتصالات التي حظيت باهتمام كبير في الآونة الأخيرة وتحرص مهنة الخدمة الاجتماعية في ممارستها على الامكانيات والقدرات الشخصية للأخصائيين الاجتماعيين بأجهزة رعاية الشباب الجامعي وذلك لأن القدرات الشخصية تلعب دوراً هاماً في الأداء المهني بأجهزة رعاية الشباب الجامعي وفي ظل هذا التطور ظهر التسويق الإلكتروني الذي مثل قفزة نوعية ومهمة في جذب الشباب الجامعي، لذا فإن تحقيق الجودة المهنية يتطلب العديد من المتطلبات وذلك لإنجاز العمل بطريقة أفضل وفي أسرع وقت وبأقل جهد ممكن.

ويعتبر مجال رعاية الشباب من أهم مجالات الخدمة الاجتماعية والذي يدعم الوظيفة التعليمية للنسق الجامعي ولكي تتحقق الجودة المهنية للأخصائيين الاجتماعيين لابد من أحداث تغييرات ايجابية لتزويد الاخصائيين الاجتماعيين بالمهارات والخبرات والاتجاهات التي تساعده على أحداث تغييرات ايجابية لكي تحقق أجهزة رعاية الشباب الجامعي هدفها في الوصول الى المواصفات القياسية ذات النوعية الجيدة ونظراً للتحويلات والتطورات التي حدثت في مختلف المجالات ومنها الاهتمام بالجودة وفي ظل التطورات التكنولوجية اصبح الاهتمام بالتسويق الإلكتروني من أهم ما يميز المؤسسات الخدمية التي تسعى إلى الرقي والتميز.

ويلعب التسويق الإلكتروني دوراً هاماً في تعزيز العلاقات بين أخصائيي رعاية الشباب والشباب الجامعي بسبب التطور الهائل في تكنولوجيا المعلومات والاتصالات مما أدى إلى ظهور اشكالية أمام الجامعات لخلق سبل جديدة في تقديم خدماتها إلى الطلاب، ويعد التسويق الإلكتروني من العناصر المهمة التي تمارسها أجهزة رعاية الشباب الجامعي في تلبية احتياجات الطلاب (محمد، ممدوح عبد الفتاح (2020) ؛ وفي ظل التعليم عن بعد أصبح التسويق الإلكتروني إحدى الاستراتيجيات الحديثة اللازمة لاستثمار الموارد المتاحة والمحدودة وزيادة الافادة منها بما يحقق الأهداف المرجوة من تسويق الخدمات والأنشطة للوصول إلى أكبر عدد من الشباب الجامعي، وهذا ما هدفت إليه دراسة ( زيدان, 2018) حيث هدفت الدراسة إلى تحديد متطلبات استخدام الأخصائي الاجتماعي للتسويق الابتكاري في تعزيز وتحسين الأنشطة والبرامج الاجتماعية المقدمة في مراكز الشباب بالريف، وتوصلت الدراسة إلى ضرورة تدريب الأخصائيين الاجتماعيين على

مهارات التأثير والتفاوض والإقناع لاحترافية التواصل الفعال مع مؤسسات المجتمع الخارجي لتدعيم مشاركتها في دعم بعض الأنشطة والبرامج والمسابقات والمشروعات التي تخدم احتياجات ورغبات الشباب. (زيدان, 2018)

وتؤكد العديد من الدراسات على أهمية التدريب المستمر لأخصائي رعاية الشباب وفق الخطط الاستراتيجية لأجهزة رعاية الشباب الجامعي في ظل التطور الهائل لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات للوصول إلى مستوى الجوده في أداء أخصائي رعاية الشباب لعملمهم، وأكد على ذلك دراسة (عبد التواب 2002) على أهمية تنمية الجوانب المعرفية والمهارية للأخصائيين الاجتماعيين وتحسين أدائهم بمؤسسات رعاية الشباب ومدى إسهام الدراسات العلمية في تحديد تلك الاحتياجات وتوصلت الدراسة إلى وجود علاقة ارتباطية بين السمات الشخصية والاستعداد لتنمية الاداء المهاري للأخصائيين الاجتماعيين كما أكدت الدراسة على حاجة الأخصائيين الاجتماعيين للإلمام بأسس تطوير المهارات لديهم والتي تتمثل في الاستعداد، الرغبة، التدريب المستمر، وجود نماذج علمية، وجود توجيه وإشراف جيدين. (عبد التواب 2002)

وأكد على أهمية تنظيم الدورات التدريبية دراسة (شافع 2016) حيث أكدت الدراسة على ضرورة تنظيم برامج تدريبية متخصصة ومستمرة للأخصائيين الاجتماعيين بأجهزة رعاية الشباب، وإنشاء مركز للتدريب تابع للإدارة العامة للشباب مهمته إعداد وتصميم البرامج التدريبية للأخصائيين وتنفيذ هذه البرامج للوصول لمستوي جودة الممارسة المهنية. (شافع 2016)

وتوصلت دراسة (علي 2004) إلى أن التحكم في جودة الممارسة المهنية للأخصائيين الاجتماعيين في المجالات المتعددة يمثل حماية لأنساق العملاء من الممارسات الخاطئة لمساعدتهم علي مواجهة مشكلاتهم كما تمثل حماية للمهنة ذاتها حيث يصبح الأخصائي أكثر قدرة ومهارة في تخطيط وتنفيذ تدخلاته لمساعدة كافة أنساق التعامل وفقا لطبيعة موقف التدخل مما يزيد من ثقة العملاء في الأخصائي والمهنة. (علي 2004)

وتوصلت دراسة (مرسي 2013) إلى أن الإدارة هي المسؤولة عن تحقيق النتائج الجيدة في الأنشطة المختلفة وذلك باختيار أفضل العناصر الطلابية والاستخدام الأمثل لها والتعرف علي المعوقات التي تواجهها. (مرسي 2013)

وأصبح التسويق الالكتروني من أهم ما يميز عصر التكنولوجيا وطرق التعامل مع الشباب الجامعي لتحسين طرق التواصل وال جذب ومعرفة احتياجات وميول الشباب الجامعي وأكد على ذلك دراسة (عيد، ايمن عادل، العنزي، فايذة 2020 ) إلى أهمية دور التسويق الالكتروني ووجود تأثير معنوي لكل من الجذب والاحتفاظ والتواصل على كسب رضا الشباب. (عيد ، العنزي 2020 )

وهدفت دراسة (Matikitti, Rosemary, et.al 2016) إلى الوقوف على أداء أنشطة التسويق عبر وسائل التواصل الاجتماعي. (Matikitti, Rosemary, et.al 2016)

ويتضح مما سبق عرضه لمشكلة الدراسة ضرورة تنظيم برامج تدريبية متخصصة ومستمرة بمجال التسويق الالكتروني لمساعدة أخصائي رعاية الشباب الجامعي على تسويق الخدمات والأنشطة الطلابية والقدرة على جذب الشباب للمشاركة بشكل فعال في هذه الأنشطة بما يحقق الجودة المهنية في آدائهم لعملمهم بأجهزة رعاية الشباب الجامعي، وبذلك، يبقى السؤال: ما متطلبات تحقيق الجودة المهنية لأخصائي رعاية الشباب في ضوء التسويق الالكتروني؟

تعقبا على ما تم عرضه في مشكلة الدراسة والدراسات السابقة المتصلة بها يتضح الآتي:

1- أكدت بعض الدراسات السابقة على أهمية تنظيم دورات تدريبية لتنمية مهارات وقدرات أخصائي رعاية الشباب الجامعي.

2- لم تهتم هذه الدراسات بتحديد المتطلبات التي تحقق الجودة المهنية لأخصائي رعاية الشباب في ضوء التسويق الالكتروني.

3- وضع معايير ثابتة من الادارة لتقييم الأداء المهني لأخصائي رعاية الشباب من خلال إعداد اختبار لقياس مستوى الجودة يطبق علي جميع الأخصائيين لتحديد مستوى ممارستهم، علي أن يلزم من يحصل علي تقدير منخفض فيه الانضمام للبرامج التدريبية لرفع مستوى جودته

4- وضع معايير ثابتة لتقييم الأداء من خلال إعداد اختبار لقياس مستوى الجودة يطبق علي جميع الأخصائيين لتحديد مستوى ممارستهم، علي أن يلزم من يحصل علي تقدير منخفض فيه الانضمام للبرامج التدريبية لرفع مستوى جودته

5- تطرقت الدراسة الحالية لمتطلبات تحقيق الجودة المهنية لأخصائي رعاية الشباب في ضوء التسويق الالكتروني في ظل التطور السريع والهائل في تكنولوجيا المعلومات والاتصالات

ومعرفة احتياجات ورغبات وميول الشباب الجامعي لتفعيل المشاركة في الأنشطة الطلابية وتقديم الخدمات إلكترونياً لتوفير الوقت والجهد والتكلفة.

ثانياً: مفاهيم الدراسة:

### 1- الجودة المهنية:

تعد الجودة المنهجية الادارية والتخطيط المنظم والذي يهدف إلى تنفيذ الأنشطة التي تم التخطيط لها مسبقاً، والتي تمكن المؤسسة التعليمية من تحسين الأداء بشكل مستمر وتقديم خدمة أفضل على كافة المستويات، وذلك بالاستخدام الامثل للموارد البشرية والامكانيات المتاحة، ودعم المهارات من خلال التطوير المستمر وتفويض السلطة العليا والمساءلة وضمان الجودة في تقديم الخدمات والأنشطة الطلابية والاستقلالية وتقديم التغذية الراجعة والمستمرة وجمع الآراء وإزالة العوائق بما يضمن رضا الطلاب والأخصائيين الاجتماعيين القائمين على الأنشطة الطلابية. ( وثيقة معايير ضمان الجودة والاعتماد لمؤسسات التعليم 2008 )

الجودة: هي نشاط ووسيلة للتأكد من استيفاء المتطلبات والمعايير القياسية المطلوبة للمؤسسة لإنجاز هدف المؤسسة للوصول إلى مخرجات ترضي احتياجات المجتمع الخارجي. وتعد الجودة: مجموعة الإجراءات و الأنشطة التنفيذية التي تتخذها المؤسسة لزيادة فعالية الأنشطة والعمليات داخلها لتعود بفائدة أو منفعة لكل من المؤسسة والطلاب. ( راضي، العربي 2016 )

ويمكن تحديد مفهوم إدارة الجودة في ثلاثة عناصر أساسية هي: ( البكر 2004 )  
التنسيق: ويؤكد على الخدمة الاساسية وما يكتسبه الطلاب من خلال الأنشطة الطلابية من معارف ومهارات وقيم أخلاقية وجمالية تعمل على تنميته ذاتياً  
الهدف: هو الأنشطة الطلابية أو الخدمات التي تصل إلى الطلاب داخل الجامعة وخارجها و يجب أن تكون بأعلى مستوى ممكن من الجودة ومطابقة للمعايير القياسية.  
العملية: وهي التغذية الراجعة من جانب الطلاب المستفيدين من الخدمات والمشاركين في الأنشطة الطلابية لمعرفة مدى رضا الطلاب وتقييم الخدمات والأنشطة المقدمة لهم.



ويمكن للدراسة أن تُعرف الجودة المهنية وفق ما يتناسب مع طبيعة الدراسة الحالية في النقاط التالية:

جهود منظمة ومستمرة لتحسين قدرة الأخصائي الاجتماعي في مجال رعاية الشباب وتحدد تلك الجهود في المؤشرات التالية:

- 1- تزويد الأخصائي بالمعارف والمعلومات النظرية عن مجال رعاية الشباب.
- 2- اكتسابه المهارات الإدارية والمهنية اللازمة لعمله في مجال رعاية الشباب.
- 3- إحداث تغيير في قيمه وسلوكياته بما يتفق مع عمله في مجال رعاية الشباب.

#### التسويق الإلكتروني:

يعرف التسويق الإلكتروني بأنه مجموعة العمليات التي تقوم من خلالها المؤسسة بخلق قيمة و بناء علاقة قوية بين العملاء. (Kotler&Armmstrong,2009)

والتسويق الرقمي هو استخدام الأدوات الإلكترونية مثل المواقع الإلكترونية ووسائل التواصل الاجتماعي وتطبيقات الهواتف المحمولة والاعلانات عبر الانترنت والبريد الإلكتروني للوصول للمستفيدين. (Kotler, Armstrong 2017)

ومن خلال ما سبق يمكن للباحثة أن تعرف التسويق الإلكتروني وفقاً للدراسة الحالية

#### إجرائياً:

- 1- استخدام الأخصائيين الاجتماعيين المواقع الإلكترونية لتفعيل أنشطة أجهزة رعاية الشباب الجامعي .
- 2- ادارة التفاعل بين الأخصائيين الاجتماعيين و الشباب الجامعي باستخدام وسائل التواصل الاجتماعي.
- 3- تفاعل الأخصائيين الاجتماعيين على مواقع التواصل الاجتماعي للترويج لأنشطة أجهزة رعاية الشباب الجامعي.
- 4- استخدام الأخصائيين الاجتماعيين البريد الجامعي الإلكتروني للتنسيق بين إدارات رعاية الشباب بالجامعة.

5- استخدام الأخصائيين الاجتماعيين البريد الجامعي الالكتروني للتنسيق بين الجامعات لأنشطة رعاية الشباب.

6- مساهمة الاخصائيين الاجتماعيين في زيادة الفعالية للأنشطة بأقل تكلفة وأسرع وقت مما يضمن تفاعل ناجح مع الطلاب.

ثالثاً: أهداف الدراسة:

تسعى الدراسة إلى تحقيق هدف رئيسي وهو:

تحديد متطلبات تحقيق الجودة المهنية لأخصائي رعاية الشباب في ضوء التسويق الالكتروني. وينبثق من الهدف الرئيسي عدة أهداف فرعية وهي:

1- تحديد المتطلبات المعرفية لتحقيق الجودة المهنية لأخصائي رعاية الشباب في ضوء التسويق الالكتروني.

2- تحديد المتطلبات القيمية لتحقيق الجودة المهنية لأخصائي رعاية الشباب في ضوء التسويق الالكتروني.

3- تحديد المتطلبات المهارية لتحقيق الجودة المهنية لأخصائي رعاية الشباب في ضوء التسويق الالكتروني.

رابعاً: تساؤلات الدراسة:

تسعى الدراسة إلى الإجابة عن التساؤل الرئيسي وهو:

ما متطلبات تحقيق الجودة المهنية لأخصائي رعاية الشباب في ضوء التسويق الالكتروني؟

وينبثق من التساؤل الرئيسي عدة تساؤلات فرعية وهي:

1- ما المتطلبات المعرفية لتحقيق الجودة المهنية لأخصائي رعاية الشباب في ضوء التسويق الالكتروني؟

2- ما المتطلبات القيمية لتحقيق الجودة المهنية لأخصائي رعاية الشباب في ضوء التسويق الالكتروني؟

3- ما المتطلبات المهارية لتحقيق الجودة المهنية لأخصائي رعاية الشباب في ضوء التسويق الالكتروني؟

متطلبات تحقيق الجودة المهنية لأخصائي رعاية الشباب في ضوء التسويق الالكتروني:

1- بناء استراتيجية متكاملة لأجهزة رعاية الشباب الجامعي تعبر عن توجهاتها الرئيسية ونظرتها المستقبلية وتضم رسالة أجهزة رعاية الشباب، ورؤية أجهزة رعاية الشباب، والأهداف الاستراتيجية لأجهزة رعاية الشباب، وآلية إعداد الخطط الاستراتيجية لأجهزة رعاية الشباب.

2- هياكل تنظيمية مرنة ومتناسبة مع متطلبات الأداء المهني (Kotler, P, 2002) لأخصائي رعاية الشباب قابلة للتعديل والتكيف مع المتغيرات الداخلية والخارجية لأجهزة رعاية الشباب الجامعي في ضوء التسويق الالكتروني.

3- نظام متطور لتأكيد الجودة الشاملة في ضوء التسويق الالكتروني.

4- نظام معلومات متكامل يضم آليات لرصد المعلومات المطلوبة وتحديد مصادرها ووسائل تجميعها وقواعد معالجتها وتداولها بأجهزة رعاية الشباب الجامعي. (Gheorghe, Orzan, 2016)

5- نظام متطور لتنمية قدرات ومهارات أخصائي رعاية الشباب الجامعي يبين القواعد والآليات اللازمة لتطوير الخطط الخاصة بالأنشطة الطلابية بما يحقق جودة الأداء المهني بأجهزة رعاية الشباب الجامعي.

6- نظام متكامل لتقييم الأداء الفردي وأداء العمل الجماعي والأداء المؤسسي والاهتمام بالتغذية الراجعة بغرض تقييم الإنجازات والوقوف على الإيجابيات والحد من السلبيات.

7- مشاركة أخصائي رعاية الشباب في وضع الخطط المستقبلية بأجهزة رعاية الشباب الجامعي.

المتطلبات المعرفية لتحقيق الجودة المهنية لأخصائي رعاية الشباب في ضوء التسويق الإلكتروني:

تتمثل المتطلبات المعرفية لتحقيق الجودة المهنية في قدرة أخصائي رعاية الشباب الجامعي في اكتساب المعرفة حول التسويق الإلكتروني وبذل الجهد في الحصول على المعارف التسويقية الخاصة بالأنشطة الطلابية وتقديم الخدمات بأجهزة رعاية الشباب الجامعي ومنها:

- 1- معرفة احتياجات الشباب الجامعي للتعامل مع المعلومات إلكترونياً.
- 2- معرفة مشكلات الشباب في ظل التغير السريع لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات.
- 2- معرفة ميول الشباب الجامعي في ممارسة الأنشطة الطلابية في ضوء التسويق الإلكتروني.
- 3- معارف عن تصميم البرامج والأنشطة المختلفة بما يتناسب مع الفروق الفردية للشباب الجامعي
- 4- معارف عن وضع الخطة السنوية للأنشطة الطلابية والوقوف على الإيجابيات والحد من السلبيات أثناء ممارسة الأنشطة الطلابية لتحقيق الجودة منها.
- 5- معرفة أساليب التسجيل المختلفة إلكترونياً بأجهزة رعاية الشباب الجامعي.
- 6- المعارف المهنية والوظيفية لصقل المهارات والقدرات التسويقية لأخصائي رعاية الشباب لإنجاز العمل علي أكمل وجه.

المتطلبات المهارية لتحقيق الجودة المهنية لأخصائي رعاية الشباب في ضوء التسويق الإلكتروني:

وتعني حرص الأخصائي الاجتماعي على تنمية قدراته ومهاراته والقيام بأشياء مختلفة ليكون لديه القدرة على المنافسة وتحقيق الجودة المهنية في ضوء التسويق الإلكتروني ومنها:

- 1- قدرة أخصائي رعاية الشباب في تطوير الخطط الخاصة بالأنشطة الطلابية وتنفيذها في ضوء التسويق الإلكتروني. (بركات 2008 )
- 2- الحرص على التعاون مع فريق العمل في الاشراف على ممارسة الأنشطة الطلابية.
- 3- القدرة على التعامل بالوسائط الإلكترونية للتواصل مع الشباب الجامعي.

- 4- المهارة على إدارة الوقت باستخدام التسويق الالكتروني للأنشطة الطلابية.
- 5- مساعدة الشباب الجامعي على القيادة الذاتية أثناء ممارسة الأنشطة الطلابية.
- 6- استثمار الامكانيات المادية بأجهزة رعاية الشباب في تنفيذ الأنشطة الطلابية.
- 7- الحرص على تفعيل الموقع الالكتروني لتسويق الأنشطة الطلابية.

**المتطلبات القيمية لتحقيق الجودة المهنية لأخصائي رعاية الشباب في ضوء التسويق الالكتروني:**

- 1- الالتزام بالقوانين واللوائح المهنية بأجهزة رعاية الشباب الجامعي .
- 2- احترام المقترحات المقدمة من الشباب الجامعي عند ممارسة الأنشطة الطلابية.
- 3- الحرص على تكوين علاقات ايجابية مع الطلاب الممارسين للأنشطة الطلابية.
- 4- تقدير آراء الزملاء عند وضع الأنشطة الطلابية.
- 5- تنوع الأنشطة بما يتناسب مع مؤشرات التسويق الالكتروني للشباب الجامعي.
- 6- الرضا الوظيفي والافتناع بالعمل كأخصائي رعاية شباب
- 3- رفع الكفاءة المهنية لأخصائي رعاية الشباب.
- 4- تخفيف العبء علي المشرفين والرؤساء.
- 5- معالجة أسباب الانقطاع عن العمل.

**مؤشرات إدارة الجودة بأجهزة رعاية الشباب الجامعي في ضوء التسويق الالكتروني:**

- 1- الإدارة الإستراتيجية بأجهزة رعاية الشباب: وهي التي تختص برسم السياسات العامة لأجهزة رعاية الشباب والخطط الخاصة بالأنشطة الطلابية والتي تضعها أجهزة رعاية الشباب في بداية كل عام جامعي ويجب أن يراعي الأخصائي الاجتماعي عند وضع الخطط الخاصة بالأنشطة الطلابية أن تكون وفق رؤية ورسالة أجهزة رعاية الشباب الجامعي والأهداف المراد تحقيقها وفق الجدول الزمني المحدد لتلك الأنشطة والأدوات المطلوبة لتحقيق الخطة في ضوء احتياجات ورغبات الشباب الجامعي .
- 2- نوعية إدارة الجودة بأجهزة رعاية الشباب الجامعي: ويرتبط هذا المؤشر بمدى قدرة أجهزة رعاية الشباب الجامعي على تفعيل الأنشطة الطلابية وتحقيق الهدف منها.

3- التسويق الالكتروني لأجهزة رعاية الشباب الجامعي: يسعى التسويق الالكتروني الى تحديد إحتياجات الشباب الجامعي والترويج للأنشطة الطلابية وسهولة التواصل من خلال إنتقال المعلومات بصورة إنسيابية، ومعرفة التغذية الراجعة للشباب الجامعي من ممارسة الأنشطة الطلابية للوقوف على الايجابيات والحد من السلبيات المتعلقة بممارسة الأنشطة الطلابية.

4- الجودة المهنية للأخصائيين الاجتماعيين بأجهزة رعاية الشباب الجامعي: تتحقق الجودة المهنية من خلال التدريب المستمر للأخصائيين الاجتماعيين والذي يجعل آدائهم أكثر فعالية وكفاءة بأجهزة رعاية الشباب الجامعي.

5- الصحة والسلامة: لا بد أن تضمن الجودة المهنية وجود بيئة صحية وآمنة لممارسة الأنشطة الطلابية بجهاز رعاية الشباب الجامعي.

6- تصميم البرنامج وتنفيذه وتقييمه: يختص بتصميم وتنفيذ خطط أجهزة رعاية الشباب الجامعي، كما يهتم باختيار طرق تنفيذها والوقوف على الايجابيات والسلبيات للحد من العقبات التي واجهت تنفيذ الخطة.

قد تواجه آليات تطبيق الجودة بأجهزة رعاية الشباب الجامعي في ضوء التسويق الالكتروني بعض الصعوبات والتحديات منها على سبيل المثال:

1- تزايد أعداد الشباب الجامعي وقلة أعداد الأخصائيين الاجتماعيين المدربين على استخدام أدوات التسويق الالكتروني بأجهزة رعاية الشباب الجامعي.

- المتطلبات المتغيرة والسريعة للشباب الجامعي، وصعوبه تحديد الأولويات والخدمات

الواجب توافرها مما يجعل هناك عدم توافق وفجوة بين مخرجات الجامعة ومتطلبات

الشباب الجامعي في ظل التطور الهائل لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات. (أبو شادي،

محمد عبد المنعم 2015)

- عدم معرفة الأخصائيين الاجتماعيين بالأهداف أو الرؤى الخاصة بأجهزة رعاية الشباب الجامعي

- هناك بعض النظم المستخدمة حاليا بالجامعات لإعداد وتنمية قدرات الأخصائيين الاجتماعيين تفقر للتطوير والتحديث بما يتناسب مع الاحتياجات الفعلية لأجهزة رعاية الشباب الجامعي.
- قد تكون النظم الإدارية بالجامعات تعاني من التضخم وجمود القوانين الحكومية والقواعد الحاكمة لمنظومة التعليم الجامعي، مما يقلل من فرص التطوير والتحديث.
- قد يكون التركيز على الجوانب النظرية أكثر من الجوانب العملية، والكم بدلا من الكيف مما يؤدي الى مخرجات تعليمية قاصرة عن تلبية إحتياجات السوق المحلي أو الإقليمي.
- التركيز على تقييم الأداء وليس على القيادة الواعية التي تساعد الأفراد على تحقيق مستوى عال من الأداء.
- ضعف التمويل الثقافي والفني والاجتماعي داخل الجامعة مما يؤدي الى تدنى الأداء.
- قصور المرافق والتجهيزات عن تلبية إحتياجات الجامعة لمواكبه عصر التكنولوجيا، وعصر المعلومات المتسارع.
- غياب التنسيق بين التعليم الثانوى والعالى فى المناهج، وقصور الإرتباط بين البحث العلمى وإحتياجات المجتمع وحل مشكلاته بما يتناسب مع تطورات العصر الحالي.
- عدم مراعاة إحتياجات الشباب الجامعي ورغباتهم.
- ضعف سبل الإتصال داخل إدارات الجامعة بعضها البعض ومع محيطها الخارجى والمجتمع المحلى.
- ضعف النظام المعلوماتى لأجهزة رعاية الشباب الجامعي ، وعدم تبنيها التقنيات الحديثة فى الإتصال. (McDonnell, J., & O'Kane, C. (2011).
- مقاومة بعض العناصر داخل الجامعة للتغيير لقصور واضح فى فهم الجودة وأهدافها وسبل تحقيقها.
- النمطية فى عمليات التقييم والتقويم سواء الطلابى أو لأخصائيى رعاية الشباب بإدارات الجامعة. (Kotler, P2002)
- عدم مكافأة أخصائيى رعاية الشباب على أدائهم المميز مما يحبطهم ويعوقهم عن إحراز وعدم الاشتراك بالدورات التدريبية.

- الحاجة الى وقت وجهد كبير من الإدارة ، ومهارات وقدرات معينه لتطبيق إجراءات الجودة على حساب الوقت المخصص لممارسة الأنشطة الطلابية. (Lazinger, s., (2005Bar-Ilan, J. & Peritz

تمثل هذه الصعوبات عائقا حقيقيا لدى أجهزة رعاية الشباب الجامعي لتطبيق معايير الجودة الشاملة بها، مما يتطلب حلول فعليه من شأنها تفعيل آليات تطبيق معايير الجودة الشاملة لدى أجهزة رعاية الشباب وتنمية مهارات أخصائي رعاية الشباب الجامعي.

### دواعي تطبيق معايير الجودة في أجهزة رعاية الشباب الجامعي:

- 1- التطور التكنولوجي وظهور مجتمع المعرفة وانتاج وصناعة المعرفة.
- 2- مراعاة (احتياجات سوق العمل) التي تتطور فيها المهارة بسرعة كبيرة والتي تحتاج لمهارات التقدير. ( عبد الحميد 2021)
- 3- الاعتماد الاكاديمي الذي يجب أن يصل اليه أخصائي رعاية الشباب وذلك لمواصلة التعليم في اى مكان فى العالم.
- 4- التبادل الثقافى بين مختلف الدول الذى نتج عن التطور التكنولوجي.
- 5- التطور المستمر فى علوم التكنولوجيا والاتصالات الذى يدفع الى التغيير الدائم و المستمر.
- 6- التطور فى استخدام كافة اساليب تكنولوجيا المعلومات والاتصالات.



## خامسا: الاجراءات المنهجية للدراسة:

1- نوع الدراسة: تنتمي هذه الدراسة إلى نمط الدراسات الوصفية، والتي تستهدف وصف وتحليل وجمع البيانات المتعلقة بطبيعة الموقف، وهي من أفضل الدراسات التي تتناسب وتتلائم وموضوع الدراسة، حيث تهدف الدراسة إلى تحديد فعالية التسويق الالكتروني في تطوير الأنشطة الطلابية بأجهزة رعاية الشباب الجامعي.

2- المنهج المستخدم: أعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي باستخدام المسح الاجتماعي الشامل للأخصائيين الاجتماعيين بأجهزة رعاية الشباب الجامعي بجامعة الفيوم .

3- أدوات الدراسة: استمارة قياس لتحديد فعالية التسويق الالكتروني في تطوير الأنشطة الطلابية بأجهزة رعاية الشباب الجامعي.

## 4- مجالات الدراسة:

أ - المجال المكاني: تم تطبيق الدراسة على جامعة الفيوم.

ب - المجال البشري: الاخصائيين الاجتماعيين بأجهزة رعاية الشباب الجامعي وبلغ عددهم (128) مفردة. تم توزيع (139) استمارة وحصلت الباحثة على (128) استمارة ممن استجابوا معها في تعبئة استمارة القياس.

رقم (1) يوضح المتطلبات المعرفية لتحقيق الجودة المهنية للأخصائي رعاية الشباب في ضوء التسويق الإلكتروني.											
الترتيب	القوة النسبية	المرجحة %	الوزن المرجح	مجموع الأوزان	لا		الى حد ما		نعم		
					%	ك	%	ك	%	ك	
3	73.2	14.8	93.7	281	28.1	36	24.2	31	47.7	61	الأنشطة الطلابية
5	67.4	13.6	86.3	259	35.2	45	27.3	35	37.5	48	الإلكتروني للأنشطة
4	69.3	14	88.7	266	32.1	41	28.1	36	39.8	51	الحديثة ممارسة
2	75	15.2	96	288	24.2	31	26.6	34	49.2	63	جوده المهنية بأجهزة
6	65.6	13.3	84	252	39	50	25	32	36	46	إلكتروني
1	80	16.2	102.3	307	17.2	22	25.8	33	57	73	الإلكتروني لتطوير
7	64.1	12.9	82	246	42.2	54	23.4	30	34.4	44	حول التسويق ع
	494.6	100	633	1899							

يوضح الجدول رقم (1) المتطلبات المعرفية لتحقيق الجودة المهنية للأخصائي رعاية الشباب في ضوء التسويق الالكتروني بمتوسط مرجح (271.3) وبقوة نسبية بلغت (70.7%) حيث جاءت أكثر العبارات في المتطلبات المعرفية لتحقيق الجودة المهنية للأخصائي رعاية الشباب في ضوء التسويق الالكتروني كما يلي:

في الترتيب الأول التحق بالدورات التدريبية حول التسويق الالكتروني لتطوير عملي كأخصائي اجتماعي بمجموع مرجح (102.3) وقوة نسبية بلغت (80%) مما يؤكد على ترحيب الأخصائيين الاجتماعيين بالالتحاق بالدورات التدريبية المرتبطة بالتسويق الالكتروني لتمكن الأخصائيين الاجتماعيين من استخدام التسويق الالكتروني لتحقيق الجودة المهنية في عملهم بأجهزة رعاية الشباب الجامعي.

ثانيًا: أتواصل مع الجامعات الأخرى لتحقيق الجودة المهنية بأجهزة رعاية الشباب الجامعي بمجموع مرجح (96) وقوة نسبية بلغت (75%) وهذا يؤكد على ضرورة الاهتمام والتدريب على استخدام أخصائي رعاية الشباب أدوات التسويق الالكتروني لتحقيق التواصل الفعال بين الجامعات.

في الترتيب الثالث: استقبل مقترحات الشباب الجامعي حول الأنشطة الطلابية بالبريد الالكتروني بمجموع مرجح (93.7) وقوة نسبية بلغت (73.2%) مما يؤكد على أهمية تفعيل البريد الالكتروني الجامعي والاستفادة منه في التواصل مع الشباب الجامعي كمطلب اساسي في تحقيق الجودة المهنية بأجهزة رعاية الشباب الجامعي.

وفي الترتيب قبل الأخير اسجل السجلات الخاصة بالأنشطة الطلابية الكترونيا بمجموع مرجح (84) وقوة نسبية (65.6%) وهذا يؤكد ضرورة الاهتمام بأدوات التسويق الالكتروني بأجهزة رعاية الشباب الجامعي من قبل الجامعة.

بينما في المركز الأخير اطلع على آخر المستجدات والمعلومات حول التسويق الالكتروني لتجويد عملي كأخصائي اجتماعي بمجموع مرجح (82) وقوة نسبية (64.1%) وهذا يؤكد على أهمية توفير المعلومات والتدريب على المستجدات اللازمة لعمل الاخصائي الاجتماعي و معرفة المزيد حول التسويق الالكتروني .

هذا وتتفق الدراسة الحالية مع دراسة (عبد التواب 2002) والتي أكدت على أهمية تنمية الجوانب المعرفية والمهارية للأخصائيين الاجتماعيين وتحسين أدائهم بمؤسسات رعاية الشباب. و كذلك دراسة (شافع 2016) والتي أكدت على ضرورة تنظيم برامج تدريبية متخصصة ومستمرة للأخصائيين الاجتماعيين بأجهزة رعاية الشباب، وإنشاء مركز للتدريب تابع للإدارة العامة للشباب مهمته إعداد وتصميم البرامج التدريبية للأخصائيين وتنفيذ هذه البرامج للوصول لمستوى جودة الممارسة المهنية.

## يوضح المتطلبات المهنية لتحقيق الجودة المهنية لأخصائي رعاية الشباب في ضوء التسويق الإلكتروني.

الترتيب	القوة النسبية	المرجحة %	الوزن المرجح	مجموع الأوزان	لا		الى حد ما		نعم		
					%	ك	%	ك	%	ك	
2	76.6	14.7	98	294	22.7	29	25	32	52.3	67	لثة الطلابية
5	73.7	14.2	94.3	283	25.8	33	27.3	35	46.9	60	تحقيق الجودة
6	70.3	13.5	90	270	32	41	25	32	43	55	تواصل مع
1	79.2	15.2	101.3	304	17.2	22	28.1	36	54.7	70	زيادة الذاتية
4	74.7	14.4	95.7	287	24.2	31	27.3	35	48.4	62	رعاية طة الطلابية
6	70.3	13.5	90	270	32	41	25	32	43	55	ة بالأنشطة

3	75.5	14.5	96.7	290	22.7	29	28.1	36	49. 2	63	إف على
	520.3	100	666	1998							
											285.

يتضح من الجدول رقم (2) المتطلبات المهنية لتحقيق الجودة المهنية لأخصائي رعاية الشباب في ضوء التسويق الالكتروني بمتوسط مرجح (285.4) وقوة نسبية بلغت (74.3%) حيث جاءت أكثر العبارات في المتطلبات المهنية لتحقيق الجودة المهنية لأخصائي رعاية الشباب في ضوء التسويق الالكتروني كما يلي:

في الترتيب الأول اساعد الشباب الجامعي على القيادة الذاتية أثناء ممارسة الأنشطة الطلابية بمجموع مرجح (101.3) وقوة نسبية بلغت (79.2%) مما يؤكد أهمية الدور الذي يقوم به أخصائي رعاية الشباب الجامعي لتعليم الشباب أساليب القيادة والتبعية. ثانيًا: أهتم بإدارة الوقت لتنفيذ الأنشطة الطلابية من خلال التسويق الالكتروني بمجموع مرجح (98) وقوة نسبية بلغت (76.6%) وهذا يؤكد على أهمية تقدير الوقت وإن الإدارة الجيدة هي التي تهتم بالوقت.

في الترتيب الثالث: أتعاون مع فريق العمل في الاشراف على ممارسة الأنشطة الطلابية بمجموع مرجح (96.7) وقوة نسبية بلغت (75.5%) مما يؤكد أهمية العمل الفرقي وتكامل التخصصات المختلفة بإدارات رعاية الشباب الجامعي لتحقيق الجودة. وفي الترتيب الأخير استخدم الوسائط الالكترونية للتواصل مع الشباب الجامعي بمجموع مرجح (90) وقوة نسبية (70.3%) ولذلك يجب حث أخصائي رعاية الشباب وتشجيعهم على الاهتمام أكثر باستخدام الوسائط الالكترونية.

وجاء في نفس الترتيب اشارك في تطوير الخطط الخاصة بالأنشطة الطلابية وهذا يؤكد على أهمية توفير المعلومات والتدريب على تطوير الخطط الخاصة بالأنشطة الطلابية في ظل التطور الهائل باستخدام أدوات التسويق الالكتروني.

( يوضح المتطلبات القيمة لتحقيق الجودة المهنية لأخصائي رعاية الشباب في ضوء التسويق الالكتروني.

الترتيب	القوة النسبية	المرجحة %	الوزن المرجح	مجموع الأوزان	لا		الى حد ما		نعم		
					%	ك	%	ك	%	ك	
1	96.4	14.6	123.3	370	0	0	11	14	89	114	بأجهزة رعاية
5	92.2	14	118	354	7.8	10	7.8	10	84.4	108	اقتراحاتهم في
3	94	14.3	120.3	361	5.5	7	7	9	87.5	112	بئية مع الطلاب
4	92.7	14.1	118.7	356	7.8	10	6.3	8	85.9	110	بين الاجتماعيين
1	96.4	14.6	123.3	370	0	0	11	14	89	114	مع الشباب
2	94.8	14.4	121.3	364	3.1	4	9.4	12	87.5	112	بئية بما يراعي
5	92.2	14	118	354	7.8	10	7.8	10	84.4	108	ممارسة الأنشطة



	658.7	100	842.9	2529							
											361.

يشير الجدول رقم (3) إلى المتطلبات القيمة لتحقيق الجودة المهنية لأخصائي رعاية الشباب في ضوء التسويق الالكتروني بمتوسط مرجح (361.3) وقوة نسبية بلغت (94.1%)

حيث جاءت أكثر العبارات في المتطلبات القيمة لتحقيق الجودة المهنية لأخصائي رعاية الشباب في ضوء التسويق الالكتروني كما يلي:

في الترتيب الأول التزم بالقوانين واللوائح المهنية بأجهزة رعاية الشباب بمجموع مرجح (123.3) وقوة نسبية بلغت (96.4%) مما يؤكد على التزام أخصائي رعاية الشباب بالقوانين واللوائح المهنية

وجاء في نفس الترتيب التزم بالمبادئ المهنية في العمل مع الشباب الجامعي مما يؤكد على حرص أخصائي رعاية الشباب الجامعي على إرساء المبادئ المهنية في آدائهم لعملهم.

ثانياً: احرص على تنوع الأنشطة الطلابية بما يراعي الفروق الفردية للشباب الجامعي بمجموع مرجح (121.3) وقوة نسبية بلغت (94.8%) مما يؤكد اهتمام أخصائي رعاية الشباب بالأنشطة الطلابية المقدمة للشباب الجامعي بما يتوافق مع ميولهم وقدراتهم.

في الترتيب الثالث: أحرص على تكوين علاقات ايجابية مع الطلاب المشاركين في الأنشطة الطلابية بمجموع مرجح (120.3) وقوة نسبية بلغت (94%) وهو ما يشير إلى اتجاه أخصائي رعاية الشباب الجامعي لتكوين علاقات ايجابية مع الطلاب المشاركين في الأنشطة الطلابية..

وفي الترتيب الأخير احترم وجهة نظر الشباب وأقدر اقتراحاتهم في ممارسة الأنشطة الطلابية بمجموع مرجح (118) وقوة نسبية (92.2%) وهذا يعني حرص أخصائي رعاية الشباب على احترام وتقدير وجهات نظر الشباب الجامعي ومعرفة اقتراحاتهم في ممارسة الأنشطة الطلابية.

وجاء في نفس الترتيب اشجع العمل الجماعي خلال ممارسة الأنشطة الطلابية بمجموع مرجح (118) وقوة نسبية (92.2%) وهذا يعني اهتمام أخصائي رعاية الشباب الجامعي بالعمل الجماعي وحب العمل الفريقي خلال ممارسة الأنشطة الطلابية.

التوصيات العامة للدراسة :

في ضوء نتائج الدراسة توصلت الدراسة إلى مجموعة من التوصيات أهمها:

- 1- أكدت نتائج الدراسة على أهمية إطلاع أخصائي رعاية الشباب على القوانين واللوائح المتعلقة بالجودة المهنية على الموقع الجامعي.
- 2- توصلت الدراسة إلى أهمية تدريب أخصائي رعاية الشباب بالجامعة على استخدام أدوات التسويق الالكتروني لتحقيق متطلبات الجودة المهنية.
- 3- أشارت الدراسة إلى أهمية تطوير مهارات أخصائي رعاية الشباب الجامعي في التسويق الالكتروني لتحقيق الجودة المهنية في أداء المهام الوظيفية.
- 4- أكدت الدراسة على أهمية تقدير الوقت لتنفيذ الأنشطة الطلابية من خلال التسويق الالكتروني.
- 5- أكدت الدراسة على أهمية استخدام أخصائي رعاية الشباب الجامعي الوسائط الالكترونية للتواصل مع الشباب الجامعي.

## المراجع:

- 1- محمد، ممدوح عبد الفتاح (2020). أثر التسويق الالكتروني على القيمة المدركة للعميل، مجلة الدراسات التجارية المعاصرة، جامعة كفر الشيخ، المجلد 40، العدد 1 ص 109.
- 2- زيدان، حكيمة رجب، 2018، متطلبات استخدام الأخصائي الاجتماعي للتسويق الابتكاري لأنشطة مراكز الشباب بالريف. مجلة دراسات في الخدمة الاجتماعية والعلوم الانسانية، جامعة حلوان، العدد 45، ص 189.
- 3- عبد التواب، ناصر عويس(2002)، الاحتياجات اللازمة لتنمية مهارات الأداء المهني للأخصائيين الاجتماعيين بمجال رعاية الشباب، بحث في المؤتمر العلمي الخامس عشر، المجلد الثاني، كلية الخدمة الاجتماعية ، جامعة حلوان.
- 4- شافع، داليا محمد (2016) فاعلية برنامج تدريبي من منظور الممارسة العامة لتحقيق جودة الممارسة المهنية للأخصائيين الاجتماعيين العاملين بأجهزة رعاية الشباب الجامعية، رسالة دكتوراة، كلية الخدمة الاجتماعية، جامعة الفيوم.
- 5- أبو المعاطي، ماهر على(2004) جودة تعليم وممارسة الخدمة الاجتماعية بين الواقع وطموحات التحديث، ورقة عمل في المؤتمر العلمي السابع عشر، كلية الخدمة الاجتماعية، جامعة حلوان.
- 6- مرسي، أحمد عبد المجيد(2013) فاعلية أداء إدارة رعاية الشباب جامعة بورسعيد في ضوء متطلبات إدارة الجودة الشاملة، رسالة ماجستير ، كلية التربية الرياضية للبنين، جامعة بنها.

7- عيد ، ايمن عادل , العنزي، فايزة (2020)، دور التسويق الرقمي في تحقيق رضا العملاء، المجلة العلمية للدراسات والبحوث المالية والادائية ، المجلد 7، العدد 2 ، ص 376.

8- جمهورية مصر العربية (2011) الهيئة القومية لضمان جودة التعليم والاعتماد، وثيقة معايير ضمان الجودة والاعتماد لمؤسسات التعليم ، ص13

9- راضي ، بهجت عطية، العربي، هشام يوسف(2016)، ادارة الجودة الشاملة المفهوم والفلسفة والتطبيقات، روابط للنشر وتنمية المعلومات ط1 ، القاهرة.

10- البكر، محمد أسس ومعايير نظام الجودة الشاملة في المؤسسات التربوية والتعليمية، 2004، ص ص 20 : 25

11- بركات، وجدي محمد أحمد (2008) المتطلبات المعرفية والمهارية للأخصائي الاجتماعي في مجال رعاية الشباب للقيام بدور المرشد بمرکز التنسيق الإلكتروني بالجامعة، بحث في المؤتمر الدولي الحادي و العشرون، كلية الخدمة الاجتماعية، جامعة حلوان, 2008 ص ص 4: 5

12- أبو شادي، محمد عبد المنعم (2015) متطلبات تنمية مهارات الأخصائيين الاجتماعيين للتعامل مع المشكلات السلوكية للشباب الجامعي في ظل المتغيرات المجتمعية المعاصرة، رسالة دكتوراة، كلية الخدمة الاجتماعية، جامعة الاسكندرية

13- عبد الحميد، يوسف، شعبان، سحر(2021) المهارات الرقمية، اعادة التفكير في التعليم والتدريب في العصر الرقمي: المهارات الرقمية والنماذج الجديدة للتعلم)، جامعة الفيوم، مجلة كلية الخدمة الاجتماعية للدراسات والبحوث الاجتماعية ص 23.

- 14- Matikiti, Rosemary, R, Lombard, Mornay and M, Mercy,(2016)  
Examining social media marketing performance: A focus
- 15- Kotler, P & Armstrong, G. (2009). Principles of marketing,11<sup>th</sup> ed.  
Pearson Prentice Hall.
- 16- Kotler, P & Armstrong, and Armstrong, G (2017) Marketing an  
Introduction Poston: Pearson
- 17- Gheorghe, Orzan, (2016) Conceptual Model Regarding The  
Influence Of Social Media Marketing Communication on Brand  
Affect and Brand Loyalty, Economic Computation and Economic  
Cybernetics Studies and Resarch , Issue 1/, Vol. 50.
- 18- McDonnell, J., & O'Kane, C. (2011). Use of collaborative learning  
technology to support cross-faculty group learning. Retrived from  
<http://eprints.teachingandlearning.ie/2945/>
- 19- Kotler, P. (2002). Marketing management, analysis planning  
&control. (4thed). New Jersy: Prentice Hall.
- 20 -Lazinger, s., Bar-Ilan, J. & Peritz, B.(2005) Internet Use by  
Faculty Members in Various Disciplines, A comparative Casl Study.  
Journal of Society for Information Science. 49.