

**فاعلية التدريب القائم على جلسات العصف
الذهني الالكتروني لتنمية مفاهيم تسويق خدمات
المعلومات المكتبية لدي اخصائي المعلومات**

اعداد

فاطمة نصر نصر سيد هيكل

إشراف

أ.د/ محمد ابراهيم الدسوقي **أ.د/ خالد مصطفى مالك**

أستاذ تكنولوجيا التعليم

كلية التربية جامعة حلوان

أستاذ تكنولوجيا التعليم

كلية التربية جامعة حلوان

مستخلص البحث باللغة العربية

يهدف البحث الحالي إلى الكشف عن فاعلية التدريب القائم على جلسات العصف الذهني الالكتروني لتنمية مفاهيم تسويق خدمات المعلومات المكتبية لدي اخصائي المعلومات، وقد تم الاعتماد على التصميم التجريبي القبلي والبعدي، وقد أشتمل البحث على مجموعة واحدة تجريبية تدرس باستخدام استراتيجية العصف الذهني الالكتروني، وتكونت عينة البحث من (47) اخصائي من اخصائي المكتبات المدرسية بالمدارس الثانوية بجنوب القاهرة.

وقد أسفرت نتائج البحث عن وجود فرق دال إحصائياً عند مستوى $0.05 \geq$ بين متوسطي التطبيق القبلي والبعدي للاختبار التحصيلي، كما أسفرت النتائج عن فاعلية التدريب القائم على جلسات العصف الذهني الالكتروني عند مستوي $1.2 \geq$ في تنمية مفاهيم تسويق خدمات المعلومات لدى أخصائي المكتبات المدرسية.

الكلمات المفتاحية: فاعلية التدريب، جلسات العصف الذهني الالكتروني، تنمية مفاهيم، تسويق خدمات المعلومات المكتبية، أخصائي المعلومات.

Abstract Research

The current research aims to reveal the effectiveness of training based on electronic brainstorming sessions to develop the concepts of marketing office information services for the information specialist. From (47) school librarians in secondary schools in southern Cairo.

The results of the research resulted in the presence of a statistically significant difference at the level of ≤ 0.05 between the mean of the pre and post application of the achievement test, and the results also revealed the effectiveness of training based on electronic brainstorming sessions at a level of ≤ 1.2 in developing the concepts of marketing information services for school librarians.

Keywords: Effectiveness of training, electronic brainstorming sessions, developing concepts, marketing office information services, information specialist.

المقدمة

يقع على عاتق المكتبة المدرسية مسئوليات كبيرة للارتقاء بالمستوى الثقافي ولكي تؤدي المكتبة المدرسية رسالتها على أكمل وجه ينبغي تأهيل الاخصائيين لتقديم خدمات المعلومات والارشادات بشكل يرضي المستفيدين ويزيد من أعدادهم واقبالهم على المكتبة (Valenti and Lund, 2021).

كما أصبح استخدام وسائل التواصل الاجتماعي مثل (Facebook, whatsapp) ... ظاهرة شائعة في العديد من المنظمات، حيث تستخدمها المنظمات لتسويق منتجاتها وخدماتها، للوصول إلى مجموعة واسعة من المستفيدين (Onuoha, Enyia, Ozioko and Obiano, 2022).

وتعد المعرفة وتدريب اخصائي المعلومات على الالمام بمفاهيم التسويق الحديثة من الأمور الهامة لأخصائي المكتبات، حيث يساعد امتلاك الاخصائي لبرنامج تسويق فعال في تكوين ميزة تنافسية من خلال تطوير الخدمات الجديدة أو إحداث تغييرات في تلك الموجودة بهدف إرضاء المستفيدين، كما أن تحسين وضع المكتبة التنظيمي وكذلك صورتها أمام المستفيدين يساعد في تحسين أدائها على وجه العموم (أبو المعالي محمد العلوي، مهدي الطيب عبدالرحمن، 2013).

وتؤكد دراسة ارناواتي (Ernawati, 2020) أن طريقة التدريب تؤثر تأثيراً قوياً في مدى فهم الاخصائيين لما يتعلمونه، فكلما كان التدريب قائماً على الفهم وعلى الخبرات العلمية المحسوسة وعلى نشاط الاخصائيين، كلما كان أكثر وضوحاً ويسراً وأصبح اكتساب المهارة أمراً محتملاً، ولذا فقط أصبح من الضروري البحث عن إستراتيجية حديثة لتحسين أداء الاخصائيين في تسويق خدمات المعلومات، والمساعدة على الابتكار والابداع، وإتاحة حرية التفكير لهم، بحيث تساعدهم على إنتاج أكبر قدر من

الأفكار والمعلومات، وتتمركز حول الاختصائي، وتتيح له حرية الاختيار، وقد وجدت الباحثة أن استراتيجية العصف الذهني الالكتروني تحقق كل ما سبق ذكره.

فإستراتيجية العصف الذهني الالكتروني من أكثر الطرق التي تنمي الإبداع بصفة عامة، فهي لا تقف عند حد مواجهة موضوع ما، ولكن تمتد إلى ما وراء الموضوع، وذلك بإطلاق العنان للتفكير في تناول جوانب الموضوع بطرق جديدة تؤدي إلى نظرة إبداعية أو إنتاج أفكار جديدة وعبارات متنوعة. وتدريب الإخصائي من خلال هذه الاستراتيجية يعمل على تنمية مهارات الابداع، وإتاحة الفرصة للمشاركة الإيجابية والشعور بالمسئولية ومواصلة البحث (جيهان أحمد خليل، 2021).

ومع انتشار الشبكات الاجتماعية كانت هناك حاجة لاستبدال أنظمة التعلم التقليدية بأنظمة أخرى أكثر انفتاحاً تواكب التغيرات السريعة في تقنيات الويب وتتوافق مع الطريقة التي يتعامل بها الجيل الجديد مع الشبكة، مما أدى إلى ظهور شكل جديد من أنظمة التعلم، حيث يجمع بين خصائص أنظمة التعلم التقليدية والشبكات الاجتماعية مثل منصة التعلم أدمود "Edmodo" وأيضاً منصة التعلم المستخدمة في هذا البحث جوجل كلاس روم "Google classroom"، وتوفر منصات التعلم هذه بيئة آمنة للتواصل والتعاون وتبادل المحتوى التعليمي في صورة المختلفة، بالإضافة إلى الواجبات المنزلية والدرجات المناقشات، وتجمع منصة التعلم جوجل كلاس روم بين مزايا الفيسبوك ومنصة التعلم بلاك بورد ونظام إدارة التعلم "LMS" (إيمان عبدالفتاح درويش، فيوليت شفيق سريان، زينب محمد أمين، 2022).

- مشكلة البحث

تكمن مشكلة البحث الحالي في النقاط التالية:

- قصور مفاهيم تسويق خدمات المعلومات لدى أخصائي المعلومات بالمكتبات المدرسية.
- عدم ملاءمة الكثير من المكتبات المدرسية الحكومية من تسويق خدمات المعلومات.
- الضغوط التي تتعرض لها المكتبات في عصر تكنولوجيا المعلومات تتطلب استثمار تقنيات التسويق والاستثمار الأمثل لتحقيق رضا المستفيدين وكسب ولائهم.

- التقيد بالروتين في تقديم خدمات المعلومات بالمكتبات المدرسية للمستفيدين.
- جمود قوانين المكتبات مما قد لا يتيح تقديم مثل هذه الخدمات.

- أسئلة البحث

يمكن تحديد سؤال رئيسي للبحث يتفرع منه أسئلة فرعية:

- ما فاعلية استخدام برنامج تدريبي قائم على جلسات العصف الذهني الالكتروني لتنمية مفاهيم تسويق خدمات المعلومات المكتبية لدى أخصائي المعلومات.
- ما مهارات تسويق خدمات المعلومات اللازمة لدى أخصائي المعلومات؟
- ما التصور المقترح للبرنامج التدريبي القائم على جلسات العصف الذهني الالكتروني لتنمية مفاهيم تسويق خدمات المعلومات المكتبية لدى أخصائي المعلومات وفقا لنموذج محمد إبراهيم الدسوقي (2012)؟
- ما فاعلية البرنامج التدريبي القائم على جلسات العصف الذهني الالكتروني لتنمية مفاهيم تسويق خدمات المعلومات المكتبية لدى أخصائي المعلومات؟

أهمية البحث

تظهر أهمية البحث من خلال النقاط التالية:

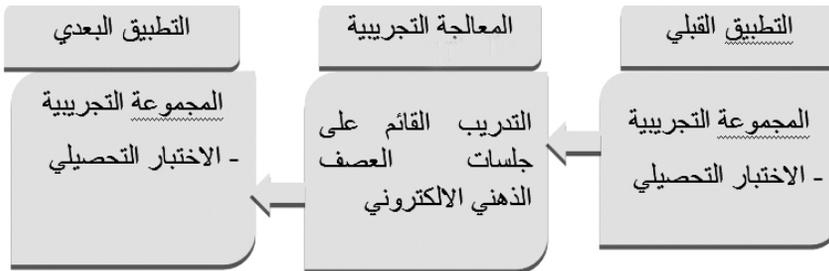
- الاهتمام بتوظيف المستحدثات التكنولوجية من خلال التدريب بواسطة جلسات العصف الذهني الالكتروني.
- الاهتمام بتطوير أخصائي المعلومات وإمداده بطرق تسويق خدمات المعلومات الحديثة.

- أهداف البحث

يهدف البحث الحالي إلى:

- معالجة قصور الاخصائيين نحو تسويق خدمات المعلومات باستخدام استراتيجية العصف الذهني الالكتروني.

- تحديد مهارات تسويق خدمات المعلومات.
- وضع تصور مقترح للبرنامج التدريبي القائم على جلسات العصف الذهني الالكتروني لتنمية مفاهيم تسويق خدمات المعلومات المكتبية لدى أخصائي المعلومات وفقا لنموذج محمد إبراهيم الدسوقي (2012).
- فرضا البحث
- 1. يوجد فرق دال إحصائياً عند مستوى > 0.05 بين متوسطي التطبيق القبلي والبعدي لاختبار مفاهيم تسويق خدمات المعلومات المكتبية لدى أخصائي المعلومات لصالح التطبيق البعدي.
- 2. توجد فاعلية للبرنامج التدريبي القائم على جلسات العصف الذهني الالكتروني عند مستوي > 1.2 في تنمية مفاهيم تسويق خدمات المعلومات لدى أخصائي المكتبات المدرسية، وتقاس هذه الفاعلية باستخدام نسبة الكسب المعدلة لبليك كدالة للفاعلية.
- أداة القياس
- اختبار تحصيلي: لقياس التحصيل المعرفي لمفاهيم تسويق خدمات المعلومات.
- التصميم التجريبي للبحث
- على ضوء المتغير المستقل موضع البحث الحالي، استخدم في هذا البحث التصميم التجريبي ذو المجموعة التجريبية الواحدة والتطبيق القبلي والبعدي "Randomized Control Group Pre-Test, Post-Test Design"



شكل (1) التصميم التجريبي للبحث

محددات البحث

- تم تنفيذ البحث ضمن المحددات الآتية:
- الحد الموضوعي: تقتصر جلسات العصف الذهني المقدمة للأخصائيين على مفاهيم تسويق خدمات المعلومات.
 - الحد البشري: عينة من أخصائي المكتبات المدرسية.
 - الحد المكاني: بعض المدارس الثانوية بمنطقة جنوب القاهرة.
 - الحد الزمني: 2021م / 1442هـ.

متغيرات البحث

- المتغير المستقل: يشتمل هذا البحث على متغير مستقل واحد وهو البرنامج التدريبي القائم على جلسات العصف الذهني الالكتروني.
- المتغير التابع: يشمل هذا البحث على متغير تابع واحد وهو مفاهيم تسويق خدمات المعلومات.

منهج البحث

ينتمي هذا البحث إلى فئة البحوث التطويرية؛ التي تستخدم بعض تصميمات المنهج الوصفي في مرحلة الدراسة والتحليل والتصميم (المسح الوصفي، وتطوير النظم) والمنهج التجريبي للكشف عن أثر البرنامج التدريبي القائم على جلسات العصف الذهني الالكتروني (كمتغير مستقل) لتنمية مفاهيم تسويق خدمات المعلومات المكتبية لدى أخصائي المعلومات.

- مادة المعالجة التجريبية

يتضمن هذا البحث معالجة تجريبية قامت الباحثة بتصميمها ونتاجها وفق متغير البحث الحالي كما يلي:

جلسات العصف الذهني الالكتروني: تضمن البرنامج التدريبي (8) جلسات تدريبية، حيث تقدم الباحثة مجموعة من التساؤلات عبر منصة التعلم جو جل كلاس روم ليتفاعل

معها الاخصائيين ويقدمون أفكار واجابات للتساؤلات ثم تقوم الباحثة بتجميع الأفكار وحصرتها وفلترتها وتقدم للأخصائيين أفضل الأفكار التي تم اقتراحها ثم تقوم بإمدادهم بالأفكار التي لم يتم طرحها بناء على الدراسات السابقة في حل المشكلة، كما تزودهم الباحثة بالمحتوى التدريبي الذي ينمي لديهم المفاهيم والمهارات.

مصطلحات البحث

جلسات العصف الذهني الالكتروني:

أسلوب تعليمي وتربوي يقوم على حرية التفكير ويستخدم من أجل توليد الأفكار لمعالجة موضوع من الموضوعات المفتوحة من المهتمين أو المعنيين بالموضوع خلال جلسة قصيرة (Richard, 2017).

التسويق:

مجموعة من الأنشطة الهادفة التي تعزز التبادل البناء والاستجابة بين الجهة التي تقدم خدمات المكتبات والمعلومات والمستفيدين من تلك الخدمات الحاليين أو المستقبليين وتهتم تلك الأنشطة بالمنتجات ووسائل ترويجها (أحمد محمد الشامي، 2001).

تسويق خدمات المعلومات:

دراسة حاجات المستفيدين ورغباتهم، ثم إنتاج السلع كالفهارس والبيبلوجرافيا والكشافات والأدلة وقواعد البيانات والخدمات التي تؤدي إلى إشباع تلك الحاجات والرغبات، إضافة إلى عملية ترويج هذه المنتجات وإيصالها إلى المستفيدين (على مطهر العلماني، 2016، 216).

الإطار النظري

يتناول الإطار النظري في البحث الحالي تصميم جلسات العصف الذهني الالكتروني لتنمية مفاهيم تسويق خدمات المعلومات من خلال المحاور التالية:

- المحور الأول جلسات العصف الذهني الالكتروني
- المحور الثاني تسويق خدمات المعلومات
- المحور الثالث التدريب الالكتروني

المحور الأول جلسات العصف الذهني الالكتروني

تعد استراتيجية العصف الذهني الالكتروني من أهم الاستراتيجيات الفعالة، التي يستخدمها المعلم بهدف إثارة تفكير الاخصائيين، وتوسيع مداركهم، وتحفيزهم على توليد الأفكار وطرح الحلول المتعددة للمشكلات التي تواجههم في حياتهم العملية بشكل عام وفي حياتهم العلمية بشكل خاص، فهي تقوم على أساس وضع الذهن في حالة من الإثارة والجاهزية للتفكير في كل الاتجاهات. وتوليد أكبر قدر من الأفكار، بحيث يتيح المعلم الفرصة أمام الطلاب لعرض أفكارهم في جو من الحرية والأمان بدون انتقادات (لؤي حسن أبو لطيفة، 2014)

مفهوم العصف الذهني الالكتروني

تناولت العديد من البحوث والدراسات مفهوم جلسات العصف الذهني الالكتروني حيث يعرفه تروتمان و باور و همفريز (Trotman, Bauer and Humphreys, 2017) بأنه استراتيجية تعتمد علي برامج الحاسب ويسمح للأخصائيين المشاركين بطرح الأفكار دون انقطاع، وخلق جيل جديد من الأفكار وتنشيط المعرفة. وكذلك يعرفه بين (Bean, 2018) العصف الذهني الالكتروني بأنه استراتيجية علمية تساعد الأخصائيين المشاركين علي توليد وإنتاج مجموعة من الأفكار المبتكرة التي تعتمد على خبراتهم ومهاراتهم في عملهم المهني من خلال جلسات منظمة يسمح فيها لكل اخصائي بإبداء رأي فني محايد بهدف حل مشكلة معينة أو وضع خطة لإنجاز الأعمال.

مميزات جلسات العصف الذهني الالكتروني

تعد استراتيجية العصف الذهني أحد أهم استراتيجيات التعليم والتدريب لما تتميز به من مميزات كشفت عنها الأدبيات والدراسات السابقة:

بينسونولت (Pinsonneault, 2017) و إيزاكسن (Isaksen, 2015) و المطيري (AlMutairi, 2015) و سميث ومورثي وانجل (Smith, Murthy and Engle, 2012) ويمكن سرد المميزات كما يلي:

1. وسيلة سهلة الاستخدام والتفاعل، وتقلل من إهدار الوقت؛ بالإضافة الي عدم التقييد بحدود المكان ولا يشترط التزامنية في إنتاج الأفكار.
2. إطلاق العنان والإثارة الحرة للأفكار، وتطوير الأفكار التي تم الوصول إليها.
3. إتاحة فرص مساوية لجميع الاخصائيين للتعبير عن آرائهم وتبادل أفكارهم بشكل مباشر دون خجل في طرح الفكرة أو الحلول.

مراحل تنفيذ جلسات العصف الذهني الالكتروني

- تمر جلسة العصف الذهني الالكتروني بعدد من المراحل يجب توخي الدقة في أداء كل منها على الوجه المطلوب لضمان نجاحها وقد حدد (عبد الواحد حميد الكبيسي، 2008) مراحل تنفيذ استراتيجية العصف الذهني الالكتروني إجمالاً في النقاط التالية:
1. يقوم المعلم بتحديد المشكلة أو الأسئلة التي سيتناولها مع الطلاب.
 2. يسجل المعلم المشكلة بشكل الكتروني على إحدى منصات التعلم.
 3. يطلب المعلم من الطلاب التفكير في المشكلة لمدة زمنية محددة.
 4. يقوم المعلم بعمل ضوابط بحيث لا يقاطع الطلاب بعضهم البعض عن تعبيرهم عن آرائهم.
 5. يصنف المعلم الأفكار في فئات ويرتبها حسب الأولوية.
 6. يناقش المتعلمون الأفكار المتفق عليها.

المحور الثاني تسويق خدمات المعلومات

يساعد التسويق على التعريف بخدمات المعلومات ومساعدة المستفيد على استخدامها الاستخدام الأمثل وفقاً للخطوات والأساليب التي تضعها المكتبة، فالتسويق أصبح أمراً هاماً بوصفه وسيلة أساسية لتحقيق أهداف المكتبة، ومن دون التسويق فإن المكتبة تتعرض لخطواتها وبرامجها. (عبدالرشيد بن عبدالعزيز حافظ، 2008).

مفهوم التسويق:

تعرفه الجمعية الأمريكية للتسويق AMA على أنه نظام كلي متكامل من الأنشطة المصممة لتخطيط وتسعير وترويج وتوزيع السلع والخدمات القادرة على إشباع رغبات المستهلكين الحاليين والمتوقعين. (ربحي مصطفي عليان، إيمان فاضل السامرائي، 2004، 13).

وكذلك عرفه (فيليب كوتلر) وهو رائد التسويق الحديث بأنه: تحليل وتخطيط وتنفيذ ورقابة البرامج التي تم اختيارها بعناية وصممت بحيث تحدث عملية تبادلية طوعية وقيمة للأسواق المستهدفة بغرض تحقيق الاهداف التنظيمية، فالتسويق يعتمد بشكل كبير على ما تقدمه المؤسسة لحاجات ورغبات سوقها المستهدف وباستخدام فعال للتسعير والتوزيع والاتصالات لتحفيز تلك الاسواق وخدماتها (نظام موسي سويدان؛ نزار عبد المجيد البرواري، 2008، 23)

مفاهيم تسويق الخدمات:

اشارت دراسة (ليلي مطالي، 2013، 79) ان تسويق الخدمات له مفاهيم وخصوصيات: ان المكتبات ومراكز المعلومات لم تكن في الاساس موجهة نحو التسويق، ولكن كانت تولى اهتماما أكبر نحو عملية الانتاج ولهذا السبب أهملت المكتبات ومراكز المعلومات لسنوات طويلة، فعملية تسويق الخدمات وبالنظر إلى طبيعة الخدمات فإنها تتطلب التفاعل والاتصال المباشر بين مقدم الخدمة والمستفيد مما يحتم على المكتبات ان تبني فكرة التسويق بسبب النمو الهائل في سوق الخدمات بشكل ملحوظ مع الامكانية الكبيرة في توفير فرص عمل متنوعة، بالإضافة إلى زيادة المنافسة في قطاع الخدمات مما يفرض على المؤسسات المعلوماتية تبني عمليات التسويق حتى تكون على قدر المنافسة.

الخدمات المقترحة تسويقها:

خدمة الإعارة- خدمة الإحاطة الجارية - خدمة البث الانتقائي - الارشاد القرائي.

خطة التسويق:

إن خطة التسويق الناجحة لا بد وأن تتضمن مرحلتين أساسيتين كما أشار أحمد نافع المدادحة (2013، 60) وهما:

1. مرحلة تحديد احتياجات المستفيدين وهي مرحلة متغيرة لا تتوقف عند زمن معين.
2. مرحلة دراسة الوضع الحالي للمكتبة وهي الأخرى مستمرة ومتغيرة بمعنى أن صياغة الأهداف وتخطيط الاستراتيجيات قابلة للتعديل والتغيير.

دوافع تسويق خدمات المعلومات:

من أهم هذه الدوافع كما ذكرها محمود قطر (2004) ما يلي:

- تحقيق رسالة المكتبة او المؤسسة المعلوماتية.
- إرضاء المستفيدين من خلال تلبية رغباتهم واحتياجاتهم المعلوماتية.
- ظهور العديد من الدراسات التي تهتم بإشباع رغبات المستفيدين وتلبية الطلب على مصادر المعلومات المختلفة.
- التطور الهائل في موضوع البحث العلمي بسبب المتغيرات التقنية والتكنولوجية
- تطور الخدمات المعلوماتية التي تقع على عاتق المكتبة والتي يقابلها تغير في حاجات ورغبات المستفيدين.

المحور الثالث التدريب الإلكتروني

يعد التدريب الإلكتروني أحد أساليب التدريب التي تعتمد على التقنيات الحديثة في نقل المحتوى التدريبي إلى المتدرب (أحمد فاروق صالح، 2011، 5702).

مفهوم التدريب الإلكتروني

ويرى كل من إيهاب محمد حمزة وندى سالم العجمي (٢٠١٣، ٧) أن التدريب الإلكتروني أسلوب من أساليب التدريب، يتم فيه استخدام آليات الاتصال الحديثة من حاسب وشبكاته ووسائطه المتعددة من صوت وصورة ورسومات وآليات بحث ومكتبات الكترونية وكذلك بوابات الإنترنت.

وفي هذا الاطار عرفه كلا من (Wuryaningsih , Susilastuti, Darwin and) (Pierewan, 2019, 123) بأنه شكل من أشكال التدريب المخطط والمنظم الذي يعتمد على استخدام الكمبيوتر ووسائل الاتصال المستحدثة في توصيل المحتوى التدريبي وعرضه من خلال توظيف الوسائط المتعددة وتوفير التفاعلية بين المتدربين والمدرّب من جهة، وبين المتدربين وبعضهم البعض من جهة أخرى بما يحقق بيئة تدريبية فعالة.

خصائص ومميزات منصة التدريب جوجل كلاس روم

أشارت البحوث والدراسات إلى خصائص ومميزات منصة التدريب Google Classroom ومن هذه الدراسات دراسة تركي بن سالم القحطاني (2017)؛ ودراسة عبد المهدي علي الجراح، محمد تيسير محمد (2018)؛ ودراسة Hart – Davis , 2018, 485-560؛ و google 2022 فيما يأتي:

1. منصة مجانية يمكن لأي فرد لديه حساب على البريد الالكتروني Gmail الانضمام إليها مدرب أو متدرب.
2. تعمل على أجهزة الكمبيوتر والهواتف الذكية المحمولة حيث يوجد تطبيق للمنصة يناسب نظام الأندرويد والآيفون متاح بشكل مجاني على السوق الالكتروني لتطبيقات الهاتف المحمول مما يسهل عملية التعلم النقال ووصول المتعلم للمنصة وما يعرض عليها من مواد تعليمية مقروءة ومسموعة ومشاهدة بأسرع الطرق وأيسرها بأي وقت في اليوم.
3. يدعمها تطبيق Google Drive الذي يقدم التخزين السحابي للملفات الموجودة على المنصة وسهولة الوصول إليها من أي مكان في العالم بشكل مجاني وبإجراءات بسيطة.
4. يدعمها خدمات Google Forms التي تتيح الارتباط المباشر بين المنصة ونماذج الاستبيانات.
5. تدعم العديد من اللغات ومنها اللغة العربية دون الحاجة لأي تحديثات خاصة.

6. إمكانية التعامل مع الواجبات المنزلية بطرق متعددة سواء كانت مهام أو تكاليفات أو أسئلة أو اختبارات ومن ثم إرسالها بعد الانتهاء منها للمدرب ليقوم بتصحيحها، وحصول المتدرب على التغذية الراجعة عبر البريد الإلكتروني أو التعليقات المصاحبة للواجب المنزلي حيث أن المنصة تتيح للمدرب التعامل بشكل فردي مع المتدرب مما يحقق خصوصية المتدرب.
7. تتيح للمدرب أن يستعين بمدرب آخر في إدارة المقررات التي يديرها على المنصة.

إجراءات البحث

للإجابة عن أسئلة البحث، والتحقق من صحة الفروض، تتبع الباحثة الخطوات التالية:
أولاً: للإجابة عن السؤال الأول ونصه:

ما مهارات تسويق خدمات المعلومات اللازمة لدى أخصائي المعلومات؟

للإجابة عن هذا السؤال قامت الباحثة بما يلي:

قامت الباحثة بصياغة المهارات الأساسية والفرعية لتسويق خدمات المعلومات (أنظر ملحق 4)، وتم اشتقاق هذه المهارات من خلال القيام بما يلي:

1. الاطلاع على الأدبيات والبحوث والدراسات ذات الصلة بموضوع البحث، وذلك لاشتقاق قائمة المهارات منها، ومن هذه الدراسات دراسة ربحي مصطفى عليان (2018)؛ ودراسة منصور عيدان الخالدي (2018)؛ ودراسة نادية سعد مرسي (2019)؛ ودراسة عبدالله حمود العزمي (2020)؛ ودراسة ربحي مصطفى عليان (2021)؛ ودراسة عثمان عبد المجيد ابوعماه (2021)

2. آراء المتخصصين في مجال تسويق خدمات المعلومات: حيث قامت الباحثة بعرض قائمة المهارات على السادة المحكمين في مجال تكنولوجيا التعليم (أنظر ملحق 1)، وقد أسفرت آراء السادة المحكمين والخبراء على قائمة مهارات تسويق خدمات المعلومات الأساسية والفرعية عن ما يلي:

- جميع المهارات بالقائمة مهمة بنسبة أكثر من 80 ٪ وهو ما يعني أن جميع هذه المهارات التي تم اعدادها مهارات هامة يجب تنميتها لدى اخصائي المعلومات.

- من حيث الصياغة اللغوية جاءت جميع المهارات بالقائمة بالنسبة المئوية لتحقيقها للصياغة اللغوية المرغوبة أكثر من 85%.

وقد تكونت الصورة النهائية لقائمة مهارات تسويق خدمات المعلومات من (5) مهارات رئيسية منبثق منها (80) مهارة فرعية (أنظر ملحق 4).

ثانيا: للإجابة عن السؤال الثاني ونصه:

ما التصور المقترح للبرنامج التدريبي القائم على جلسات العصف الذهني الالكتروني لتنمية مفاهيم تسويق خدمات المعلومات المكتبية لدي أخصائي المعلومات وفقا لنموذج محمد إبراهيم الدسوقي (2012)؟

- انشاء صف بيئة التدريب الكترونية جوجل كلاس روم لتنمية مفاهيم تسويق خدمات المعلومات لدى أخصائي المعلومات.
- عرض نموذج تصميم منصة التدريب جوجل كلاس روم على مجموعة من السادة المحكمين المتخصصين وتعديلها في ضوء آرائهم ومقترحاتهم وإعداد الصورة النهائية له.
- إعداد سيناريو جلسات العصف الذهني الالكتروني لمساعدة الاخصائيين للتعامل مع منصة التعلم جوجل كلاس روم.
- تصميم مهارات تسويق خدمات المعلومات المكتبية.
- عرض مهارات تسويق خدمات المعلومات المكتبية على مجموعة من الخبراء والمتخصصين في مجال تكنولوجيا التعليم وتعديلها على ضوء آرائهم ومقترحاتهم وإعداد الصورة النهائية لها.

وقد تم تنفيذ الاستراتيجية في ضوء الخطوات التالية:

1. تم إجراء التجربة الاستطلاعية على (30) أخصائي من أخصائي المكتبات المدرسية بهدف معرفة الصعوبات التي يمكن أن تواجه الاخصائيين عينة البحث في عملية التطبيق الفعلي، بالإضافة إلى التحقق من مناسبة منصة التعلم جوجل كلاس روم، وأسفرت نتائج التجريب الاستطلاعي عن مناسبة أدوات التفاعل في جلسات

- العصف الذهني الالكتروني، ووضوح المحتوى وسهولة الوصول إليه وصلاحيته
الروابط الموجودة، بالإضافة إلى تحميل الملفات المختلفة.
2. تم الاجتماع بعينة البحث التجريبية عبر منصة التعلم جوجل كلاس روم بواقع عدد
(60) أخصائي، بتحديد وقت يتناسب مع ظروف وكان ذلك يوم الاثنين الموافق
(10/3/2021) واستغرق الاجتماع نصف ساعة من الساعة 8:30.
3. قامت الباحثة بتعريف نفسها ثم قامت بشرح وتدريب الطلاب على كيفية التفاعل مع
الاختبار القبلي ومنصة التدريب جوجل كلاس روم، من حيث الدخول والتصفح
والانتقال والخيارات وأدوات المناقشة وكيفية إجراء المناقشة، وإرسال الرسائل،
وقد أنشأت الباحثة مقطع فيديو تشرح فيه كيفية التسجيل لمنصة التدريب جوجل
كلاس روم على اليوتيوب في اليوم نفسه وأتاحت الباحثة فرصة انشاء حساب
للأخصائيين على منصة التدريب وتجريب المنصة.
4. بعد التأكد من انشاء حساب لكل اخصائي تم أخذ رأي الاخصائيين في مواعيد
جلسات العصف الذهني الالكتروني والأنشطة التي تمارس بشكل متزامن على
المنصة لكي تتناسب مع أوقات الاخصائيين جميعاً.
5. بلغت عينة البحث في التجربة الأساسية للبحث (48) أخصائي بعد استبعاد 12
أخصائي لديهم القدر الكافي من مفاهيم تسويق خدمات المعلومات.
6. بعد أن تم الإعداد والتهيئة والتخطيط استعداداً لتطبيق استراتيجية العصف الذهني
الالكتروني، ودخول الاخصائيين على منصة التدريب لتنفيذ الاستراتيجية التدريسية
المقترحة، تم بدء التجربة خلال الفترة (18/3/2021) حتى (4/4/2021).
7. تطبيق أداة البحث قبلياً: تم تطبيق الاختبار التحصيلي لقياس الجانب المعرفي
الخاص بمهارات تسويق خدمات المعلومات وذلك يوم 15/3/2021.
8. تم طرح أسئلة جلسات العصف الذهني الالكتروني ثم انتظار الباحثة طرح إجابات
من الاخصائيين، ثم يتم تقييم الأفكار والاجابات من خلال بطاقة تقييم الأفكار (أنظر
ملحق 5)، ثم تقوم الباحثة بعرض الحلول الجيدة التي أدلى بها الاخصائيون، كما

تقوم بإمداد الاخصائيين بالمزيد من الأفكار والحلول بناء على الدراسات السابقة، ثم تقوم بعرض المحتوى التدريب لإثراء عملية التعلم.

9. تطبيق أداة البحث بعديا: تم التطبيق البعدي للاختبار التحصيلي يوم 5/4/2021.

نتائج البحث:

أولاً: التحقق من الفرض الأول:

ينص الفرض الأول على أنه: «يوجد فرق دال إحصائياً عند مستوى > 0.05 بين متوسطي التطبيق القبلي والبعدي لاختبار مفاهيم تسويق خدمات المعلومات المكتبية لدى أخصائي المعلومات لصالح التطبيق البعدي».

وللتحقق من صحة هذا الفرض تم حساب قيمة (ت) لمتوسطين مرتبطين ومدى دلالتها للفرق بين متوسطي درجات التطبيقين القبلي والبعدي لأخصائي المعلومات مجموعة البحث في اختبار مفاهيم تسويق خدمات المعلومات المكتبية، وجدول (2) يوضح ذلك:

جدول (2)

يبين المتوسطات الحسابية ومتوسط الفرق بين درجات أخصائي المعلومات قبل التجريب وبعده؛ وقيمة «ت» ومستوي دلالتها بين التطبيقين القبلي والبعدي لاختبار مفاهيم تسويق خدمات المعلومات المكتبية

التطبيق	العدد ن	المتوسط الحسابي م	متوسط الفرق بين التطبيقين ف ⁻	الانحراف المعياري ع	الانحراف المعياري للفروق عف	الدلالة	قيمة 2η	قيمة d	حجم التأثير
القبلي	48	8.29	27.54	3.439	3.525	دالة عند مستوي 0.05	0.939	7.814	كبير
البعدي	48	35.83		4.343					

درجات الحرية = 47

ت المحسوبة = 54.136

يتضح من الجدول السابق (2) ما يلي:

- ارتفاع متوسط درجات التطبيق البعدي عن متوسط درجات التطبيق القبلي لأخصائي المعلومات مجموعة البحث في اختبار مفاهيم تسويق خدمات المعلومات المكتبية، حيث حصل أخصائي المعلومات في التطبيق القبلي على متوسط (8.29) بانحراف معياري قدره (3.439)، وفي التطبيق البعدي على متوسط (35.83) بانحراف معياري قدره (4.343)، كما بلغ متوسط الفرق بين التطبيقين القبلي والبعدي للاختبار (27.54) درجة.
 - قيمة (ت) المحسوبة لدلالة الفرق بين متوسطي درجات أخصائي المعلومات مجموعة البحث في التطبيقين القبلي والبعدي لاختبار مفاهيم تسويق خدمات المعلومات المكتبية والتي بلغت (54.136) أكبر من قيمة (ت) الجدولية والتي بلغت (1.678) عند مستوى دلالة (0.05) بدرجة حرية (47)؛ وهذا يدل على وجود فرق دال إحصائياً عند مستوى (0.05) بين متوسطي درجات أخصائي المعلومات في التطبيقين القبلي والبعدي لاختبار مفاهيم تسويق خدمات المعلومات المكتبية لصالح التطبيق البعدي.
 - قيمة مربع آيتا (2η) « لاختبار مفاهيم تسويق خدمات المعلومات المكتبية » هي (0.939) وهذا يعني أن نسبة (93.9%) من التباين الحادث في مفاهيم تسويق خدمات المعلومات المكتبية (المتغير التابع) يرجع إلى استخدام البرنامج التدريبي القائم على جلسات العصف الذهني الالكتروني (المتغير المستقل)، كما أن قيمة (d) بلغت (7.814) وهي تعبر عن حجم تأثير كبير للمتغير المستقل.
 - وهذا ما يشير إلى أنه قد حدث نمو واضح ودال في التطبيق البعدي عن التطبيق القبلي لاختبار مفاهيم تسويق خدمات المعلومات المكتبية؛ وذلك نتيجة لاستخدام البرنامج التدريبي القائم على جلسات العصف الذهني الالكتروني.
- ثانياً: الإجابة على السؤال الثالث والتحقق من صحة الفرض الثاني من فروض البحث:
- السؤال الثالث: ما فاعلية البرنامج التدريبي القائم على جلسات العصف الذهني الالكتروني لتنمية مفاهيم تسويق خدمات المعلومات المكتبية لدى أخصائي المعلومات؟

التحقق من الفرض الثاني والذي ينص على أنه: « توجد فاعلية للبرنامج التدريبي القائم على جلسات العصف الذهني الالكتروني عند مستوي $1.2 \geq$ في تنمية مفاهيم تسويق خدمات المعلومات لدى أخصائي المكتبات المدرسية، وتقاس هذه الفاعلية باستخدام نسبة الكسب المعدلة لبليك كدالة للفاعلية».

للإجابة على السؤال الثالث واختبار صحة الفرض الثاني للتحقق من فاعلية البرنامج التدريبي القائم على جلسات العصف الذهني الالكتروني تم تطبيق نسبة الكسب المعدلة لبليك ودالاتها على تنمية مفاهيم تسويق خدمات المعلومات لدى أخصائي المكتبات المدرسية، وقد جاءت النتائج كما يوضحها الجدول التالي (3)

جدول (3)

معدل الكسب لبليك ودالاتها على تنمية مفاهيم تسويق خدمات المعلومات لدى أخصائي المكتبات المدرسية

المتغير	الدرجة العظمى	المتوسط القبلي	المتوسط البعدي	قيمة معدل الكسب المحسوبة	دالاتها
مفاهيم تسويق خدمات المعلومات	41	8.29	35.83	1.514	مقبولة

يتضح من الجدول السابق (3) أن:

- البرنامج التدريبي القائم على جلسات العصف الذهني الالكتروني يتصف بالفاعلية فيما يختص بتنمية مفاهيم تسويق خدمات المعلومات، حيث بلغ معدل الكسب (1.514)، وهي تعد نسبة مقبولة وتدل على أن استخدام البرنامج التدريبي القائم على جلسات العصف الذهني الالكتروني فعال في تنمية مفاهيم تسويق خدمات المعلومات لدى أخصائي المكتبات المدرسية عينة البحث.

وبهذا تمت الإجابة على السؤال الثالث كما تم قبول الفرض الثاني من فروض البحث، ويشير هذا إلى فاعلية البرنامج التدريبي القائم على جلسات العصف الذهني الالكتروني

في تنمية مفاهيم تسويق خدمات المعلومات لدى أفراد مجموعة البحث من أخصائي المكتبات المدرسية.

- مناقشة وتفسير الفرضين الأول والثاني:

ترجع الباحثة نتيجة الفرض الأول والثاني إلى استراتيجية العصف الذهني الإلكتروني، والتي تقع عليها مسؤولية كبيرة في اكتساب المعرفة وتنمية المفاهيم لدى اخصائي المعلومات عينة البحث من خلال تشجيعهم وتكليفهم بالأنشطة التي تتطلب البحث عن المعلومات الجديدة، والتخطيط والتفكير قبل التنفيذ مما أسهم في زيادة التحدي لقدراتهم المعرفية، وتتفق نتائج الفرض الأول والثاني مع نتائج دراسات كلا من: أسماء السيد عبد الصمد (2015)؛ علاء حامد أبو الرايات، هديه عبد اللطيف ناضرين (2020)؛ رابعة بنت محمد الصقرية (2020)؛ أحمد حسن حلواني، إسلام جابر علام (2020)؛ جيهان عادل أميرهم (2021)؛ انتصار مظهر خيرو (2021)؛ فايز منصور محمد (2021)؛ محمد دهيم الظفيري، شايع سعود الشايع (2021).

توصيات البحث

- إعادة النظر بالمناهج الدراسية وبناء معارفها بحيث توظف استراتيجية العصف الذهني في تنفيذ وشرح موضوعاتها.
- التأكيد على فاعلية التدريب الإلكتروني من خلال المنصات الإلكترونية كمدخل مهم ورئيس لتمكين القوى البشرية بما ينسجم وأغراض التنمية.
- وضع استراتيجية مقترحة لتفعيل آلية التدريب الإلكتروني من خلال المنصات الإلكترونية مما يستلزم معه تطوير الأنظمة التدريبية والابتعاد عن القولة النمطية مع ضرورة استحداث أنماط جديدة وصيغ مبتكرة وأساليب حديثة.
- رفع الوعي بمفهوم التسويق في المكتبات المدرسية وأهميته وآثاره الإيجابية للمكتبات على اختلاف أنواعها.
- توفير ميزانية كافية لتسويق خدمات المعلومات بالمكتبات المدرسية.

البحوث المقترحة

- دور أخصائي المعلومات في عصر المعرفة: دراسة ميدانية بالمكتبات المدرسية.
- دراسة فاعلية البرامج التدريبية المقدمة من خلال المنصات الإلكترونية كمدخل لتطويرها وتفعيل إمكاناتها.
- دراسة جودة البرامج التدريبية المقدمة من خلال المنصات الإلكترونية بهدف الارتقاء من مستوى كفاءتها وتحسين فاعليتها.
- إجراء المزيد من الدراسات حول دور استراتيجية العصف الذهني في زيادة تحصيل الطلاب في مواد دراسية أخرى.

المراجع

أولاً المراجع العربية

- أبو المعالي محمد العلوى، مهدي الطيب عبدالرحمن. (2013). دور اختصاصي المعلومات في التسويق الالكتروني لخدمات المعلومات بمكتبة حصن الشموخ. المؤتمر التاسع عشر: مستقبل المهنة: كسر الحواجز التقليدية لمهنة المكتبات والمعلومات والتحول نحو مستقبل البيئة المهنية الرقمية، أبو ظبي: معية المكتبات المتخصصة فرع الخليج العربي.
- أحمد حسن حلواني، إسلام جابر علام (2020). فاعلية العصف الذهني الإلكتروني في تنمية التحصيل الدراسي والإتجاه نحو مادة الحاسب لدى تلاميذ المرحلة المتوسطة بمحافظة القنفذة. المجلة التربوية لتعليم الكبار، مج2، ع2.
- أحمد فاروق صالح (2011) . اتجاهات الطلاب والمشرفين نحو التدريب الإلكتروني في الخدمة الاجتماعية . مجلة دراسات في الدمة الاجتماعية والعلوم الإنسانية: مصر، المجلد الثاني عشر، العدد (31)، الصفحات 5695-5751.
- أحمد محمد الشامي، 2001. الموسوعة العربية لمصطلحات علوم المكتبات والمعلومات والحاسبات. - القاهرة: المكتبة الأكاديمية.
- احمد نافع المدادحة. (2013). تسويق الخدمات المعلوماتية في المكتبات، عمان: دار المعترف.
- أسماء السيد عبد الصمد (2015). فاعلية العصف الذهني الالكتروني القائمة على تطبيقات الجيل الثاني للويب في تنمية مهارات اتخاذ قرارات إدارة مراكز مصادر التعلم، رسالة دكتوراه، كلية التربية- جامعة حلوان.

- انتصار مظهر خيرو (2021). أثر استراتيجية العصف الذهني الإلكتروني في تحصيل طالبات الصف الثاني المتوسط في مادة الكيمياء وتنمية دافعيتهن نحو المادة. مجلة جامعة تكريت للعلوم الإنسانية، مج 28، ع 5.
- إيمان عبدالفتاح درويش، فيوليت شفيق سريان، زينب محمد أمين (2022). A Training Program Based on Electronic Active Learning Strategies in the Edmodo Environment to Develop the Skills of Dealing with them for General Education Teachers. مجلة البحوث في مجالات التربية النوعية، ع 40.
- إيهاب محمد حمزة وندي سالم العجمي (٢٠١٣). المعايير التربوية والفنية لتوظيف التعلم المتنقل في برامج التدريب الإلكتروني بدولة الكويت. دراسات عربية في التربية وعلم النفس، رابطة التربويين العرب، ١-٥١، (43) ٤
- تركي بن سالم القحطاني (2017). متطلبات توظيف تطبيقات جوجل التفاعلية في تدريس مادة الحاسب الآلي للمرحلة الثانوية من وجهة نظر المعلمين بمدينة الرياض، المؤسسة العربية للاستشارات العلمية وتنمية الموارد البشرية، 57 (18): 1-52.
- جيهان أحمد خليل (2021). دور البنية التحتية التكنولوجية كمتغير معدل في العلاقة بين استخدام جلسات العصف الذهني الإلكتروني لأعضاء هيئة التدريس وتحسين جودة التعليم عن بعد في ظل جائحة كورونا: دراسة ميدانية على الجامعات الخاصة. مجلة البحوث المالية والتجارية، ع 2.
- جيهان عادل ناجي اميرهم، ج.ع. ن.ر. (2021). دور جلسات العصف الذهني الإلكتروني في تحسين جودة المراجعة (دراسة ميدانية). مجلة البحوث التجارية، 43(1)، 67-113.
- رابعة بنت محمد الصقرية (2020). أثر استخدام استراتيجية العصف الذهني الإلكتروني ببيئة التعلم المدمج في التحصيل بمادة التربية الإسلامية والتفكير الأخلاقي ودافعية الإنجاز والاتجاه نحو التعلم المدمج لدى طالبات الصف الحادي عشر (رسالة دكتوراه غير منشورة). جامعة السلطان قابوس، مسقط.

- ربحى مصطفى عليان، إيمان فاضل السامرائى. (2004). تسويق المعلومات، عمان: دار الصفاء.
- عبد المهدي علي الجراح، محمد تيسير محمد (2018). أثر استخدام تطبيق (Google Classroom) في تدريس مادة مقدمة في المناهج في تنمية مهارات التفكير العلمي، دراسات، العلوم التربوية، 45 (3).
- عبد الواحد حميد الكبيسي (2008). طرق تدريس الرياضيات: أساليبه - أمثلة ومناقشات، دار الإعمار العلمي للنشر والتوزيع، مكتبة المجتمع العربي للنشر والتوزيع، عمان.
- عبدالرشيد بن عبدالعزيز حافظ (2008). التسويق في المكتبات الجامعية السعودية: مقترحات للتخطيط الاستراتيجي، ع 2,3.
- علاء حامد أبو الرايات، هديه عبداللطيف ناضرين (2020). استخدام استراتيجية العصف الذهني الإلكتروني لتنمية بعض عادات العقل المنتجة في الرياضيات لدى طلاب كلية التربية. مجلة كلية التربية، مج 77، ع 1.
- علي مطهر العلماني، 2016. تسويق خدمات المعلومات في المكتبات الجامعية: المكتبة المركزية بجامعة صنعاء أنموذجا، مجلة الأستاذ، صنعاء: كلية الآداب والعلوم الإنسانية- جامعة صنعاء، ع 217، مج 1.
- فايز منصور محمد (2021). استراتيجية مقترحة قائمة على العصف الذهني وحل المشكلات لتنمية عادات العقل ومهارات التفكير الناقد في الرياضيات لدى تلاميذ المرحلة الابتدائية. مجلة تربويات الرياضيات، مج 24، ع 2.
- لؤي حسن أبو لطيفة (2014). فاعلية إستراتيجية العصف الذهني في تنمية مهارة حل المشكلة لدى الطلبة في جامعة الباحة. المجلة التربوية، مج 28، ع 111.
- ليلي مطالي. (2013). تسويق الخدمات بين خصوصية الخدمة وحتمية تدعيم الجوانب المادية والمرئية، مجلة الواحات للبحوث والدراسات، العدد 18، 79.

- محمد ابراهيم الدسوقي (2012). المعلومات وتكنولوجيا التعليم. الجزيرة دار الكتب العلمية.
- محمد دهيم الظفيري، شايع سعود الشايع (2021). فاعلية استخدام استراتيجية العصف الذهني في تنمية مهارات التواصل الشفوي لدى طلاب المرحلة الثانوية في دولة الكويت: دراسة تجريبية. مجلة دراسات الخليج والجزيرة العربية، س47، ع180.
- محمود قطر (2004). تسويق خدمات المعلومات بالمكتبات العامة التابعة لجمعية الرعاية المتكاملة0 دراسة ميدانية، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة حلوان، مصر.
- نظام موسى سويدان؛ نزار عبدالمجيد البروارى. (2008). إدارة التسويق في المنظمات غير الربحية، عمان: دار الحامد.
- نظام موسى سويدان؛ نزار عبدالمجيد البروارى. (2008). إدارة التسويق في المنظمات غير الربحية، عمان: دار الحامد.

ثانيا المراجع الاجنبية

- AlMutairi (2015). The Effect of Using Brainstorming Strategy in Developing Creative Problem Solving Skills among Male Students in Kuwait: A Field Study on Saud Al-Kharji School in Kuwait City. Journal of Education and Practice, 6(3), 136.145-
- Bean, LuAnn (2018). «Brainstorming an Audit», The Journal of Corporate Accounting & Finance. Wiley Periodicals, Inc., (May / June).
- Ernawati (2020). Pengaruh pendidikan dan pelatihan terhadap kinerja pegawai dengan lingkungan kerja sebagai variabel intervening pada Pemerintah Kota Batu (Doctoral dissertation, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim).
- Hart-Davis, (2018). Deploying Chromebooks in the Classroom: Planning, Installing, and Managing Chromebooks in Schools and Colleges. Apress https://doi.org/10.10078_3-3766-4842-1-978/.

- Isaksen, Scott, and John P. Gaulin, (2015)., A reexamination of Brainstorming Research. Implications for Research and Practice», Gifted Child Quarterly, (Fall, Vol. 49, No. 4).
- Onuoha, Enyia, Ozioko and Obiano (2022). Social Media and Library Services. In Handbook of Research on Emerging Trends and Technologies in Librarianship (pp. 115132-). IGI Global.
- Pasaribu, Hutasoit, and Sihombing, (2022). Enhancing Student's Vocabulary by Using Flashcard Media Via Google Classroom During Covid-19. EDUKATIF: JURNAL ILMU PENDIDIKAN, 4(1), 227.232-
- Pinsonneault, Alain., Henri Barki., R. Brent Gallupe., and Norberto Hoppen, (2017)., «Electronic Brainstorming: The Illusion Productivity», Information Systems Research. (Vol. 10, No. 2, June). of
- Richard, (2017). «How Brainstorming Can Help You Generate, Focus, and Organize Ideas for Writing. www.thoughtco.com. Retrieved 282018-3-.
- Smith, Murthy and Engle, (2012). Why computer-mediated communication improves the effectiveness of fraud brainstorming. International Journal of Accounting Information Systems, 13(4), 334.356-
- Trotman, Ken T. Bauer, Tim D. and Humphreys, Kerry A., (2017), «Group judgment and decision making in auditing: Past and future research», Accounting Organizations and Society, Aug 2017, In Press, Available online 9 October 2017, Database: Science Direct.
- Valenti and Lund, (2021). Preparing the instructional librarian: Representation of ACRL roles and strengths in MLS course descriptions. College & Research Libraries, 82(4), 530.
- Wuryaningsih, Susilastuti, Darwin, and Pierewan, (2019). Effects of Web - Based Learning and F2F Learning on Teachers Achievement in Teacher Training Program in Indonesia. International Journal of Emerging Technologies in Learning (IJET), 14 (21), 123147- .