

دور استراتيجية البنتاجرام في تطوير محتوى تفاعلي لمادة تصميم علامات تجارية

The Role of Pentagram Strategy in Enhancing an Interactive Content of Branding Design Course

أ.د/ عطيات بيومي الجابري

أستاذ التصميم متفرغ بقسم الإعلان، كلية الفنون التطبيقية، جامعة حلوان- مصر، ateyat_algabry@a-arts.helwan.edu.eg

م.د/ محمد محمود كمال

مدرس التصميم بقسم الإعلان، كلية الفنون التطبيقية، جامعة حلوان، مصر، m_kamal@a-arts.helwan.edu.eg

شيرين علي عبد الدايم

المعهد العالي للفنون التطبيقية، السادس من أكتوبر، مصر، sherien.ali@appliedarts.edu.eg

كلمات دالة: Keywords

استراتيجيات التعلم learning، استراتيجيات البنتاجرام strategies، المحتوى التفاعلي Pentagram Strategy، تصميم العلامات التجارية Branding Design

ملخص البحث: Abstract

يسير التوجه العالمي بخطى متسارعة نحو الأخذ بأسلوب التعلم الإلكتروني لتلبية الحاجات التعليمية وسد الثغرات التي تواجه المؤسسات التعليمية، كما ساعدت التكنولوجيا وتوفر الاتصال بالإنترنت في أغلب الوقت في الحصول على بيئة تعليمية تفاعلية، وكنيجة لظهور التعلم الإلكتروني، ظهرت استراتيجيات تعليمية تؤثر بشكل كبير في التفاعل بين الطلاب وعضو هيئة التدريس، وبين الطلاب وبعضهم البعض. أدى ذلك إلى فتح مجال التطوير وظهور العديد من البحوث والدراسات التي دعت إلى ضرورة التوظيف الفعال لهذه الاستراتيجيات في العملية التعليمية، والتي تعمل على تحسين مهارات حل المشكلات لدى الطلاب وأعضاء هيئة التدريس على حد سواء. ويهدف البحث إلى توضيح دور استراتيجيات التعلم الحديثة وخاصة استراتيجية البنتاجرام في تطوير محتوى تعليمي إلكتروني لمادة تصميم علامات تجارية، وتنمية قدرات الطلاب بكليات الفنون التطبيقية حيث يتبع البحث المنهج الوصفي التطبيقي من خلال الاستفادة من دراسة استراتيجية البنتاجرام في تصميم محتوى تعليمي لمادة تصميم العلامات التجارية، وتحليل متطلبات المقرر الإلكتروني. ونستخلص من خلال عرض مراحل عمل الطلاب تطبيقاً على مراحل الاستراتيجية، ومن خلال عرض النتائج أن استراتيجية البنتاجرام قد ساهمت بشكل فعال في إكساب الطلاب معرفة وفهم عميق بمادة تصميم علامات تجارية من خلال تقديم بناء معرفي سلوكي، يساعد عضو هيئة التدريس في دعم العملية التعليمية وتسيير الأعمال وتذليل المشكلات، كما أسهمت الاستراتيجية في تقديم التعلم والتدريب المنظم من خلال مراحل ومهام محددة يتم تقييمها بترتيب منطقي متسلسل لنصل في النهاية للنجاح بحل المشكلة وأداء المهمات التعليمية. ويوصي البحث بالاهتمام بتوفير الوسائل التعليمية الملائمة التي يحتاجها أعضاء هيئة التدريس لتساعدهم في تسيير العملية التعليمية وضرورة التوسع في برامج التدريب على استخدام التكنولوجيا والدعم الفني من خلال عقد دورات تدريبية لأعضاء هيئة التدريس للتعريف باستراتيجيات التعلم الحديثة وتوظيفها لإدارة وتنظيم المهمات التعليمية.

Paper received 29th December 2022, Accepted 11th March 2023, Published 1st of May 2023

مشكلة البحث: Statement of the Problem

يُعد تعليم مواد الفنون إلكترونيًا من التحديات التي تواجه كلاً من الطلاب وأعضاء هيئة التدريس، كما أصبحت مصادر التعلم المتعددة غير خاضعة لأي معايير أكاديمية، لذلك كان من الضروري إيجاد وسيلة تعليمية أكاديمية عبر الوسائط الإلكترونية، ويمكن صياغة مشكلة البحث في محاولة الإجابة على التساؤل الآتي:

- إلى أي مدى يمكن الاستفادة من تطبيق استراتيجية البنتاجرام في تطوير المحتوى التعليمي الإلكتروني التفاعلي لمادة تصميم العلامات التجارية بكليات الفنون التطبيقية؟

هدف البحث: Research Objectives

توظيف استراتيجية البنتاجرام في تطوير محتوى مادة تصميم العلامات التجارية وتنمية قدرات الطلاب بكليات الفنون التطبيقية.

أهمية البحث: Research Significance

دعم عملية التعلم الإلكتروني والمساهمة في حل بعض الصعوبات المتعلقة بتدريس المواد العملية من أجل تلبية إحتياجات عضو هيئة التدريس بكليات الفنون التطبيقية.

منهج البحث: Research Methodology

يتبع البحث المنهج الوصفي التطبيقي من خلال الاستفادة من دراسة استراتيجية البنتاجرام وتطبيقها في تصميم محتوى تعليمي لمادة تصميم العلامات التجارية، وتحليل متطلبات المقرر الإلكتروني.

فروض البحث: Hypotheses Research

يفترض البحث أن تطبيق استراتيجية البنتاجرام في تطوير محتوى إلكتروني تفاعلي، يساهم في تطوير مهارات حل المشكلات بطرق

المقدمة: Introduction

يتميز العصر الذي نعيش فيه بالتطور السريع في مختلف جوانب الحياة، بما في ذلك المعرفة والتكنولوجيا التي تتنوع وتتطور بسرعة مذهلة، ونتيجة لذلك اتجهت الجامعات إلى تطوير أساليب وطرق التعليم التي تجمع بين التعليم التقليدي والتعليم الإلكتروني أو التعليم عن بعد اعتماداً على المستحدثات التكنولوجية لتساعد في تمكين الطالب من التعلم الذاتي، والقدرة على إثارة وجدب انتباه الطلاب، وجعل التعلم أكثر شمولاً، ومتعة، ومرونة، وإثاقاً. (سلامة، عابد، ٢٠٢٠)

لذلك على المؤسسات التعليمية البحث عن سبل جديدة لتوصيل المحتوى التعليمي بوسائل مرنة قابلة للتحديث المستمر لتتيح إمكانية التواصل والتوجيه الفردي من خلال تطبيق النظريات والاستراتيجيات التعليمية الحديثة.

وتُعد مادة تصميم العلامات التجارية من المواد التي تحتاج إلى تفاعل بين الطالب وعضو هيئة التدريس، لذلك ظهرت الحاجة إلى تطوير المحتوى التعليمي للمادة ليتناسب مع استراتيجيات التعلم الحديثة، ولينتقل تعلم التصميم والفنون من مرحلة التحديات إلى مرحلة الإمتاع والابتكار.

وتعد إستراتيجية البنتاجرام (Pentagram Strategy) أحد هذه الاستراتيجيات التي وضعت لتنمية التفكير وحل المشكلات بطرق إبداعية، والتي انبثقت من خلال فلسفة نظرية تريز التي بنيت على أن التطور في النظم يسعى إلى المثالية، ويمكن تطبيق هذه الإستراتيجية على محتوى تعليمي تفاعلي يدعم التعلم عن بعد، الذي يشكل أحد الركائز الأساسية التي تدعم جودة واستدامة العملية التعليمية، ليس فقط كاتجاه للدولة؛ ولكنه اتجاه عالمي في ظل ما يواجهه العالم من تحديات.

كنتيجة لظهور التعلم الإلكتروني ظهرت استراتيجيات تعليمية تؤثر بشكل كبير في التفاعل بين الطلاب وعضو هيئة التدريس، وبين الطلاب وبعضهم البعض، وكذلك في عملية نقل المحتوى إلى الطلاب. وبعد دخول المستحدثات التكنولوجية ميدان استراتيجيات التعليم والتعلم، أدى ذلك إلى فتح مجال التطوير وظهور العديد من البحوث والدراسات التي دعت إلى ضرورة التوظيف الفعال للتكنولوجيا في العملية التعليمية، والتي تعمل على تحسين مهارات حل المشكلات لدى الطلاب وأعضاء هيئة التدريس على حد سواء.

١-٢ مفهوم الاستراتيجية:

الاستراتيجية كلمة تحمل معاني عديدة كلها ذات صلة بأولئك المكلفين بوضع خطط لأعمالهم أو مؤسساتهم، وقد قُدمت بعض تعريفات الاستراتيجية في العديد من الكتب، وتعمل الاستراتيجية (والكتيكات) معاً على سد الفجوة بين الأهداف والوسائل، ويتم تخصيص الموارد ثم توظيفها في سياق تنفيذ استراتيجية معينة لتحقيق غاية، أي أن تحديد الغايات التي يجب تحقيقها يتطلب تفكيراً استراتيجياً (Nickols, 2008)

تعريف إجرائي:

الاستراتيجية هي خطة عمل يضعها عضو هيئة التدريس لتحقيق الأهداف المرجوة من المحتوى التعليمي، ويتم اختيار مؤشرات الأداء الرئيسية المناسبة لمراقبة التقدم الذي يُحرزه الطلاب نحو تحقيق هذه الأهداف، وفقاً لجدول زمني محدد.

٢-٢ استراتيجيات التعلم:

يمكن تعريف استراتيجيات التعلم: بأنها مجموعة من العمليات والمهارات العقلية التي تساعد الطالب على الإدراك واكتساب المعرفة، كما تهدف إلى إكساب الطالب مهارات التعلم والتفكير والفهم وتنظيم عملية التعلم بشكل عام. (خميس، ٢٠٠٣)

- كما يمكن تعريفها بأنها مجموعة من الإجراءات والأنشطة والأساليب التي يختارها عضو هيئة التدريس أو يخطط لاتباعها الواحدة تلو الأخرى، وبشكل متسلسل مستخدماً الإمكانيات المتاحة لمساعدة الطلاب على تحقيق الأهداف المرجوة. (عطية، عبد التواب، والدسوقي، ٢٠١٤)

٣-٢ استراتيجية البنترام (Pentagram Strategy) PG وتطبيقها في العملية التعليمية:

تُعد استراتيجية البنترام أحد الاستراتيجيات التي وُضعت لتنمية التفكير وحل المشكلات بطرق إبداعية، والتي انبثقت من خلال فلسفة نظرية تريز (TRIZ) التي بُنيت على أن التطور في النظم يسعى إلى المثالية. مخطط (2)

البنترام هي كلمة تتكون من مقطعين بنتا "Penta" بمعنى خماسي، وجرام "gram" بمعنى رسم أو خريطة، وهي تعني التصميم الخماسي، وطبقت تلك النظرية في الهندسة كتحول للمساحات المعيارية للمضلع، ويرى بعض الباحثين أن فكرة البنترام (خريطة النجم الخماسي)، وجدت في الأساس عند علماء الرياضيات قبل استخدامها في مجال العلوم والدراسات الاجتماعية.



مخطط (2) نموذج تريز لحل المشكلات بطرق إبداعية (13)

واستراتيجية البنترام هي استراتيجية تدريسية حديثة، يُقصد بها الخطة الموضوعية ومجموعة الإجراءات التي تحدث بشكل منظم

جديدة وإبداعية غير تقليدية ودعم أساليب التفاعل بين طرفي العملية التعليمية (الطالب- عضو هيئة التدريس).

Research Delimitations: حدود البحث:

مقرر تصميم العلامات التجارية بكليات الفنون التطبيقية في الجامعات المصرية.

Research Tools: أدوات البحث:

- 1- استمارة استطلاع رأى المحكمين المتخصصين حول التصميمات المنفذة.
- 2- استمارة استطلاع آراء المستهلكات حول التصميمات المنفذة.

1- الإطار النظري: Theoretical Framework:

٢-١ مفهوم المقررات والمناهج الإلكترونية:

هي مقررات تعليمية تتكامل بها عناصر الوسائط المتعددة لتقديم المادة التعليمية بصورة تناسب احتياجات الطالب وتقدم من خلال شبكة الإنترنت وبرامج الكمبيوتر، ويشمل المحتوى التعليمي الإلكتروني أي شكل من البيانات والمعلومات المكتوبة، والمسموعة، والمرئية، يتم إنشاؤها وتنظيمها من قبل جهات تعليمية مسنولة لأغراض تعليمية واضحة، يتم توصيلها للطلاب من خلال المصادر والوسائط التعليمية وقواعد البيانات. (خميس، الجزار، والمعصم، ٢٠١٨)

كما أنها إحدى صور النشر الرقمي الإلكتروني وهي عملية إصدار عمل يعرض بالوسائل الإلكترونية سواء مباشرة أو من خلال شبكة اتصالات، أو مجموعة من العمليات بمساعدة الحاسب الآلي يتم عن طريقها إيجاد وتشكيل واختزان المحتوى المعلوماتي من أجل تقديمه لمجموعة محددة من المستفيدين، ويكون ذلك في صورة ملفات إلكترونية يسهل تقديمها وعرضها، ومن ثم تناقلها.

البيئة التعليمية التفاعلية:

تعرف البيئة التعليمية التفاعلية على أنها بيئة مرنة للتعلم تتخطى حدود الزمان والمكان، يتواصل فيها الطلاب مع أعضاء هيئة التدريس للحصول على المعلومات من خلال عملية تفاعلية، ويمكن تفسير مفهوم البيئة التعليمية التفاعلية كالآتي:

هي البيئة التي تتيح للطلاب التفاعل مع مكوناتها المختلفة من أجل الحصول على المعلومات أو الإبحار من خلالها للحصول على كم أوفر من المعلومات من خلال الاستفادة من إمكانيات الوسائل التكنولوجية الحديثة. (علي، ٢٠١٨)

أطراف البيئة التعليمية التفاعلية:

تتكون البيئة التعليمية التفاعلية من أطراف العملية التعليمية وهم الطلاب وأعضاء هيئة التدريس، وأيضاً الوسيط التعليمي، حيث يكون الإتصال بين طرفي العملية التعليمية بطريقة مباشرة أو غير مباشرة، من خلال عملية تفاعل تبادلية بين الطالب وعضو هيئة التدريس، باستخدام الوسائط التعليمية التفاعلية، وتتم عملية الإتصال في نفس الزمان والمكان أو في أزمنة وأماكن مختلفة.

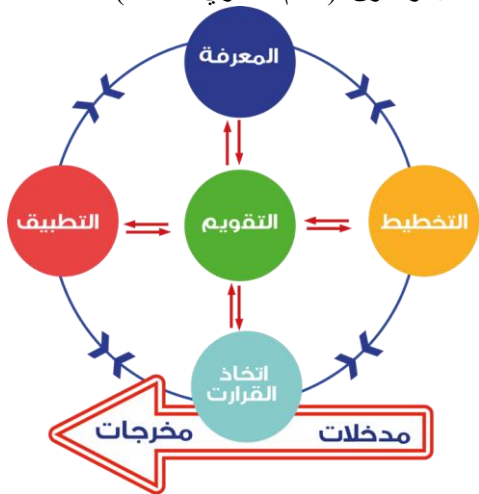


مخطط (1) مكونات البيئة التعليمية التفاعلية

٢- استخدام استراتيجيات التعلم في عرض المحتوى الإلكتروني:

٤- المشاركة **Involvement** (البُعد الاجتماعي): تنمية مهارة المشاركة عن طريق تقسيم الطلاب إلى مجموعات عمل وتكليفهم بالتدريب على مهمة محددة، لزيادة الإهتمام والتعاون مع الآخرين، فيتفاعل الطالب مع باقي أفراد المجموعة التي ينتمي إليها أثناء تنفيذ المهام المكلفين بها، وأيضًا التفاعل مع عضو هيئة التدريس مما يزيد من التحدي وتوليد أفكار وإنتاج حلول وترجمتها لمنتج مادي أو فكري.

٥- التكامل **Integration** (بُعد المعرفة): دمج أنواع المعرفة المختلفة بحيث ترتبط ارتباطًا وثيقًا، ويتم التحقق من موثوقية وصحة مخرجات الأنظمة الفرعية الثلاثة (الذكاء- الخيال- المشاركة) المذكورة أعلاه، وغالبًا ما تعتمد البيئة التعليمية التفاعلية على التكامل، والارتباط بين المصادر البشرية (الطلاب وأعضاء هيئة التدريس)، وبين المحتوى التعليمي الذي يركز على تصميمات إلكترونية تفاعلية تعرض المحتوى العلمي باستخدام التكنولوجيا مما يساعد على تقديم المادة العلمية للطلاب بسرعة، ودقة، وسهولة، وبشكل جذاب ومشوق. (علام، العدوي، ٢٠٢٠)



شكل (١) نظام البنتاجرام المعرفي (٩)

٢-٣-٢ مراحل إستراتيجية البنتاجرام:

ويتضح من المخطط التالي، مخطط (3)، أن مراحل إستراتيجية البنتاجرام تنحصر في خمس مراحل رئيسية وهي (المعرفة- التخطيط- إتخاذ القرار- التطبيق- التقويم)، ولكل مرحلة منها مدخلاتها ومخرجاتها وترتبط بالمرحلة الأخرى من خلال التغذية الراجعة، على النحو التالي: (علام، العدوي، ٢٠٢٠)

ومتسلسل وتعتمد على استثارة دافعية الطلاب وتبادل الخبرات فيما بينهم وتعزيز روح التعاون، واقتراح مشكلات واقعية وإعداد وتجهيز ما يلزم من أدوات بهدف حل مشكلة موجودة بالفعل، ليكون الفرد على وعي وإدراك ومعرفة بعمليات تفكيره وإدارتها، وأن يخطط ويتخذ القرار ويطبقه ثم يراقب ويقيم أفكاره من خلال التأمل والتقييم الذاتي والأنشطة العقلية التي تستخدم قبل وأثناء وبعد حله للمشكلة التي تواجهه. (غياض، الشنجرار، ٢٠١٨)

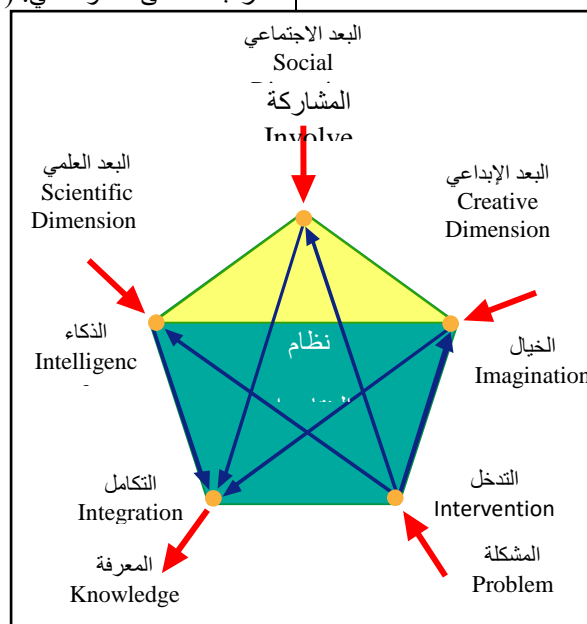
٢-٣-١ أبعاد إستراتيجية البنتاجرام:

حدد كل من دانيال دولك (Daniel Dolk) ويانوش جرانان (Janusz Granat) خمس أبعاد لنظام البنتاجرام، تتضح من شكل (١)، حيث أن نظام البنتاجرام يتكون من خمس أبعاد، أو نظم فرعية وهي:

١- التدخل **Intervention** (بُعد المشكلة): اتخاذ إجراء بشأن مشكلة لم يتم تناولها من قبل، فنتساءل أولاً ما نوع المعرفة الضرورية لحل المشكلة الجديدة؟ ثم نستدعي النظم الفرعية الثلاثة التالية لجمع تلك المعرفة، فالتدخل الذي يحدث لاتخاذ إجراء مرورًا بأي خطوة يؤثر في باقي الخطوات، ولا يمكن إتقان خطوة منها دون إتقان باقي الخطوات.

٢- الذكاء **Intelligence** (البُعد العلمي): تتسم البيئة التعليمية الافتراضية لكليات الفنون بتنوع أساليب التدريس المعتمدة على الإطار النظري والتطبيقي، واعتمادها على التفكير البصري (Visual Intelligence) وهو ما يعرف بذكاء الصورة، أو القدرة على التفكير في الأشياء بصريًا عن طريق التصور والاعتماد على الخيال، مع القدرة على تعديل هذا التصور في الذهن قبل أن يترجم إلى الواقع. وهو ما يساعد في قراءة الرسوم واستيعاب الرموز، وقد وجد العديد من الباحثين أدلة على أن الأدوات البصرية تدعم الإدراك، حيث يتم معالجة الصورة المرئية أسرع ب ٦٠ ألف مرة في الدماغ من النصوص وهو ما يساعد على تدعيم وزيادة فاعلية العملية التعليمية. (Yarborough, 2019)

٣- الخيال **Imagination** (البُعد الإبداعي): يعد الخيال من أهم سمات البنتاجرام، وهو يعتمد على الحدس الفردي لخلق أفكار إبداعية عن الأشياء الموجودة، والاستفادة من هذه الأفكار مما يسهم في تنمية الخيال، والطلاب يمارسون نوعين من الخيال: الأول خيال مشتمت يقود الطالب إلى أحلام يقظة مشتمتة، والثاني هو الخيال الإبداعي الذي يقود الطالب إلى الإبداع وحل المشكلات، فالخيال عنصر رئيس في أي عملية إبداعية.



مخطط (3) مراحل إستراتيجية البنتاجرام (4)

٣-٢-٣ جدول (١): مراحل استراتيجية البنتاجرام

١. المعرفة	وهي مرحلة محورية ينطلق خلالها الطالب لبلوغ نتائج المهام، ويقوم عضو هيئة التدريس بتوفير الخلفية المعرفية للموضوع بشكل يثير دافعية الطالب للبحث والتعلم، ويهدف إلى تقديم السياق العام والصورة المجملية للمهمة المطلوب القيام بها، بدءاً من تحديد الفكرة والبحث عن المعلومات، وتحديد الأهداف وطريقة السير فيها باستخدام التصميم، ويساعد إدراك الطلاب ووعيهم بتفكيرهم ومعرفتهم لأهداف التعلم التي يسعون لتحقيقها على تحمل مسؤولية تعلمهم.
٢. التخطيط	وتُنظَّم فيها المعرفة السابقة مع البيانات والمعلومات المجمعة من المرحلة السابقة، لمساعدة الطالب في وضع خطة أو تصور لتحقيق الهدف المطلوب قبل القيام بتنفيذ المهمة، وتحديد الخطوات الواجب اتباعها للإجابة عن الأسئلة السابق طرحها في مرحلة المعرفة، وتحديد الوسائل التي تساعد في تحقيق الهدف المطلوب من المهمة.
٣. اتخاذ القرار	ويختار فيها الطلاب الطريقة المثلى للقيام بالمهمة، واختيار الأساليب التي تسهل عليهم إتمامها والوصول إلى الهدف، وترتبط هذه الأساليب بالأسئلة المحورية للمهمة مثل: ما هو القرار المناسب الذي يجب أن نتخذه؟ ما هي النتائج المتوقعة لاتخاذ هذا القرار؟
٤. التطبيق	وفيها تنفذ أفضل الأنشطة المختارة التي تم التخطيط لها والتأكد من إنجازها، عبر اتخاذ القرار المناسب، وبذلك تكون المهمة قابلة للتطبيق، وهي مرحلة حاسمة للنجاح في المهمة، حيث ينخرط المتعلمون في الأنشطة، بغرض الوصول إلى حل للمهمة.
٥. التقييم	وتمثل تلك المرحلة المتابعة، والتقييم المستمر لما يقوم به الطلاب في كل مرحلة من المراحل السابقة، مع الحكم على طريقة السير في المهمة، وإعطاء فرصة للطلاب لتقويم ذاته بشكل مستمر وصولاً للنتائج المرغوبة من المهمة.

٣-٢-٤ خصائص استراتيجية البنتاجرام: ٤-٣-٢

- تتميز استراتيجية البنتاجرام بالديناميكية، فلها نظام يبدأ من البناء المعرفي البسيط وصولاً إلى البناء المعرفي شبه المعقد الذي يعتمد على التكامل بين مكوناته.
- مرنة ولا تلتزم بخطوات ثابتة، حيث يمكن البدء في مرحلة قبل الانتهاء من المرحلة التي تسبقها.
- متداخلة، فنجد التغيير الذي يحدث في أي مرحلة منها يؤثر على المراحل كلها.
- تكاملية حيث أن إتقان كل مرحلة يعتمد على إتقان المراحل الأخرى.
- مستمرة، ترصد التغييرات التي تحدث خلال كل دورة مع إجراء عمليات تصحيحية.

٥-٣-٢ مميزات استراتيجية البنتاجرام:

- 1- تخاطب مهارات التفكير ما وراء المعرفي من تخطيط وتنفيذ ومراقبة ذاتية وتقويم ومراجعة في مواقف التعلم.
- 2- تنمي القدرة على إدارة الوقت والتعبير وتحديد الأولويات.
- 3- يتيح عنصر التساؤل الذاتي زيادة الثقة بالنفس وتوجيه عملية التعلم للاتجاه الإيجابي.
- 4- إثارة اليقظة العقلية لجميع عناصر الموقف التعليمي.
- 5- تتيح استكشاف القدرات والطاقات الكامنة لدى الطلاب. (بدير، ٢٠٢١)
- 6- تساعد الطلاب على تنمية مهارات البحث والتعلم والتفكير الإبداعي.
- 7- تناسب التعلم الإلكتروني والتكنولوجيا الحديثة، فتعمل على تحويل عملية التعلم التقليدية إلى عملية تعلم ممتعة.

٦-٣-٢ أوجه القصور باستراتيجية البنتاجرام:

- 1- تحتاج إلى إعداد مسبق ومتمكن وبالتالي فهي تحتاج وقت وجهد في التخطيط.
- 2- تتطلب تقويم عمل الطلاب بشكل فردي وجماعي وبالتالي تحتاج وقت في التنفيذ.
- 3- قد لا يصل الطالب إلى الهدف المطلوب تحقيقه نظراً للفروق الفردية بين الطلاب. (12)

١-٤ جدول (٢) تطبيق استراتيجية البنتاجرام في محتوى مقرر تصميم علامات تجارية:

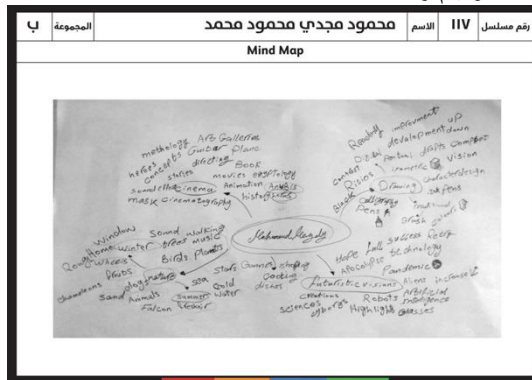
١. المعرفة

- حيث يقوم الطلاب باكتشاف المعرفة من مصادرها المختلفة عن طريق دراسة:
- مقدمة في تصميم الشعار (Logo Design) وتصميم المكاتبات (Stationary Design).
- السياق التاريخي والثقافي لتصميم العلامة التجارية.
- فهم قوانين حقوق النشر والملكية الفكرية.
- دراسة الاسس والقواعد البنائية للعلامة التجارية
- أنواع الشعارات ونظريات اللون في تصميم العلامة التجارية.

<p>- مرحلة العصف الذهني والتفكير. - دراسة كيفية اختيار الصور وكيفية معالجتها بأكثر من أسلوب.</p>	
<p>وفيها تتم عملية الربط بين عناصر المعرفة من المرحلة السابقة لمساعدة الطالب في وضع تصور لخطوات تنفيذ المهمة عن طريق: - فهم الملخص الإبداعي "Creative Brief" ومتطلبات المشروع. - رسم اسكتشات مبدئية وتصور للأفكار. - تحديد أسلوب المعالجات المناسبة للهوية البصرية. - إدارة الوقت وجدولة المشروع.</p>	<p>٢. التخطيط</p>
<p>- تقييم خيارات المعالجات المقترحة للعلامة التجارية بحيث تتسم بالأصالة. - مطابقة الملخص الإبداعي "Creative Brief" لحلول التصميم. - تحديد المواصفات الفنية المستخدمة في رسم العناصر الشكلية. - يتم اختيار المعالجات الجرافيكية الناجحة ودمجها بالأشكال والكتابات واختيار أفضل المحاولات.</p>	<p>٣. اتخاذ القرار</p>
<p>حيث يقوم الطلاب بتنفيذ أفضل الاحتمالات والفروض التي تم التخطيط لها واتخاذ القرار المناسب من خلال: - استخدام برامج الحاسب الآلي المتخصصة في عملية تصميم العلامة التجارية. - وضع مقترحات لونية ذات دلالة لتنفيذ العلامة بأساليب متنوعة. - دمج الكتابات (Typography) مع العلامة في التصميم. - توظيف العلامة وتنفيذها بتطبيقات متنوعة.</p>	<p>٤. التطبيق</p>
<p>وتتم من خلال الاستعانة بملف أعمال الطالب حيث تمثل تلك المرحلة تقويم لنمو مهارات التفكير الإبداعي، وذلك من خلال المتابعة من عضو هيئة التدريس وتوجيه الطلاب أثناء قيامهم بالمهام الدراسية، والتقييم المستمر لما يقوم به الطلاب في كل مرحلة من المراحل السابقة، مع الحكم على طريقة السير في المهمة، وصولاً للنتائج المرغوبة، وتعد هذه المرحلة المعيار الذي يمكن من خلاله قياس الأداء وذلك عن طريق: - التأكد من استيعاب الطلاب لما تم طرحه خلال فترة شرح المقرر. - تنقيح ومراجعة حلول التصميم. - تحديد الفروق الفردية لديهم. - إعطاء الفرصة للطلاب لتقويم ذاتهم. - أن يكون الطالب في نهاية المقرر قادر على اكتساب المفاهيم وأساسيات وقواعد تصميم العلامة التجارية.</p>	<p>٥. التقويم</p>

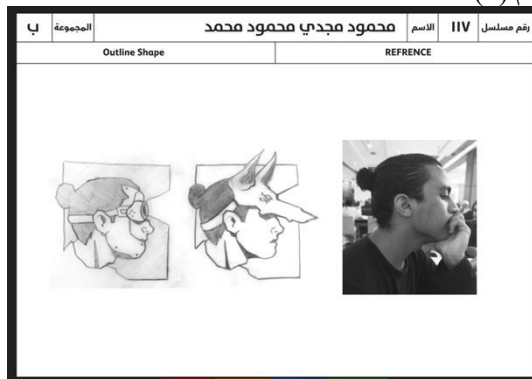
١- المعرفة: تكوين لوحة الأفكار (mood board) استناداً على الملخص الإبداعي (creative brief) اشتملت على كلمات وصور ودلالات خاصة بكل طالب كما في الشكل (٢).
- عمل علاقات بين الصور والرموز في لوحة الأفكار لاستخلاص أفكار يتم ربطها بالعلامة.

٢-٤ النتائج:
قام الطلاب في مادة تصميم علامات تجارية باتباع مراحل الاستراتيجية الخمسة وكانت النتائج على النحو التالي:



شكل (٢) مرحلة المعرفة وتكوين لوحة الأفكار (mood board)

٢- التخطيط: قام الطلاب بعمل معالجات مختلفة للصور كما في الشكل رقم (٣).



شكل (٣) مرحلة التخطيط وعمل المعالجات المختلفة للصور

٣- اتخاذ القرار: تم دمج العلامة مع الكتابات في اشكال متنوعة كما في شكل رقم (٤).



شكل (٤) مرحلة إتخاذ القرار ودمج العلامة مع الكتابات

٤- التطبيق: قام الطلاب بوضع تصورات اللون والشكل النهائي للعلامة كما في شكل رقم (٥).



شكل (٥) مرحلة التطبيق ووضع تصورات اللون

توظيف العلامة في المطبوعات والمكتاتبات المختلفة (Stationary) كما في شكل رقم (٦).



شكل (٦) توظيف العلامة في المطبوعات والمكتاتبات

٥- التقويم: قام الطلاب بتقديم المعالجة النهائية للمطبوعات أمام لجنة التقويم في شكل مطبوع ورقي، وقد قامت اللجنة بعمل تقييم وفيما يلي عرض لبعض النماذج التصميمية التي تم فيها توظيف العلامة في المطبوعات والمكتاتبات (Stationary):





- 3- سارة أحمد سيد علي. (٢٠١٨). إستراتيجية تصميمية لمقررات التصميم في ضوء بيئة تعليمية تفاعلية، رسالة دكتوراه، كلية الفنون التطبيقية، جامعة حلوان.
- 4- عمرو سيد صالح عبد العزيز، نيفين قذري مرسى. (٢٠١٦). إستراتيجية البنتاجرام ونظرية تريبز لحل المشكلات بطرق إبداعية، مكتبة الأنجلو المصرية.
- 5- محمد أحمد حافظ سلامة، أحمد مصطفى عابد. (٢٠٢٠). تصور مقترح لتعليم وتعلم التصميم عن بعد في ضوء التقنيات التكنولوجية المعاصرة، مجلة العمارة والفنون والعلوم الإنسانية، المجلد الخامس، العدد الثالث والعشرون (عدد خاص- المؤتمر الدولي للحضارات والثورة الصناعية الرابعة في ظل التعليم الإلكتروني)، مصر.
- 6- محمد رمضان عبد الغني عطية، علي علي عبد التواب، محمد إبراهيم الدسوقي. (٢٠١٤). فاعلية إستراتيجية توليفه للتفاعل الإلكتروني في تنمية مهارات التصميم التعليمي عبر الويب لدى طلاب تكنولوجيا التعليم بكلية التربية النوعية، مجلة جامعة الفيوم للعلوم التربوية والنفسية، العدد الثالث، المجلد الثاني.
- 7- محمد عطية خميس. (٢٠٠٣). تطور تكنولوجيا التعليم، القاهرة، دار الكلمة.
- 8- مها فتح الله بدير. (٢٠٢١). فاعلية توظيف إستراتيجية البنتاجرام (Pentagram) في تدريس الاقتصاد المنزلي لتنمية التفكير التصميمي وتحقيق الازدهار النفسي للطالبات ذوات العجز المتعلم بالمرحلة الإعدادية، مجلة البحوث في مجالات التربية النوعية، جامعة المنيا- كلية التربية النوعية، المجلد السابع، العدد الرابع والثلاثون.
- 9- هبة صابر علام، مروة صلاح العدوي. (٢٠٢٠). برنامج قائم على نظرية البنتاجرام (pentagram) لتنمية الاستدلالين الجغرافي والتاريخي لدى طلاب الفرقة الرابعة شعبة الدراسات الاجتماعية بكلية التربية - جامعة عين شمس، المجلد الخامس، العدد الواحد والعشرون.
- 10- Fred Nickols. (2008). Strategy, Strategic Management, Strategic Planning and Strategic Thinking, Researchgate.
- 11- Jillian Ruth Yarbrough. (2019). Infographics in support of online visual learning, Academy of Educational Leadership Journal, Volume 23, Issue 2.
- 12- <https://www.new-educ.com/--على-3\2023-12:15 am>
- 13- <https://www.researchwire.in/informative/triz-methodology/11/3/2023-2:40 pm>

٣-٤ تحليل نتائج الإطار التطبيقي:

- استناداً على النتائج التي حصلنا عليها في الجانب التطبيقي للبحث فإن الباحثة ترى أن استراتيجية البنتاجرام قد ساهمت بشكل فعال في إكساب الطلاب معرفة وفهم عميق بمادة تصميم علامات تجارية يتمثل في النقاط التالية:
- 1- في ضوء استراتيجية البنتاجرام استطاع الطلاب فهم أسس تصميم وبناء العلامة.
 - 2- نجح الطلاب في تحديد أساليب التصميم والمعالجات التشكيلية للخطوط.
 - 3- توظيف مهارات برامج الحاسب الآلي في مجال إخراج تصميم العلامة التجارية والمطبوعات والمكاتبات المختلفة (Stationary).
 - 4- اكتسب الطلاب المهارات الذهنية المطلوبة لإخراج أفكار تصميمية للعلامة التجارية.

النتائج: Ruslts

- 1- فاعلية توظيف استراتيجية البنتاجرام في تصميم محتوى تعليمي يساعد على أداء المهمات الدراسية.
- 2- تتيح استراتيجية البنتاجرام من خلال أطوارها الخمسة تقديم بناء معرفي سلوكي، يساعد عضو هيئة التدريس في دعم العملية التعليمية وتسيير الأعمال وتذليل المشكلات.
- 3- أسهمت استراتيجية البنتاجرام في تقديم التعلم والتدريب من خلال مراحل ومهام محددة يتم تقديمها بترتيب منطقي متسلسل لنصل في النهاية للنجاح بحل المشكلة وأداء المهمات التعليمية.

التوصيات: Recommendation

- 1- الاهتمام بتوفير الوسائل التعليمية الملائمة التي يحتاجها أعضاء هيئة التدريس لتساعدهم في تسيير العملية التعليمية.
- 2- ضرورة التوسع في برامج التدريب على استخدام التكنولوجيا والدعم الفني.
- 3- عقد دورات تدريبية لأعضاء هيئة التدريس للتعريف باستراتيجيات التعلم الحديثة وتوظيفها لإدارة وتنظيم المهمات التعليمية.

المراجع: Reference

- 1- إسلام محمد عطية خميس، عبد اللطيف الصفي الجزار، أميرة محمد المعتمد. (٢٠١٨). تصميم لعرض المعلومات قائم على الرواية بالمتاحف الافتراضية التعليمية لمقرر إلكتروني وأثره في تنمية التحصيل والتفكير التأملية، مجلة البحث العلمي في التربية، العدد التاسع عشر، المجلد التاسع، جامعة عين شمس، كلية البنات للآداب والعلوم والتربية.
- 2- رغد زكي غياض، أحمد علي الشنجان. (٢٠١٨). تحديات في استراتيجيات طرائق التدريس، زكي للطباعة والنشر، بغداد، الطبعة الأولى.