

KINGDOM OF BAHRAIN

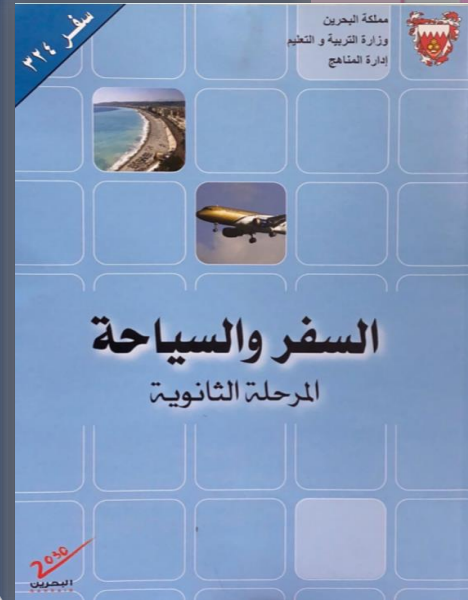
Ministry of Education



مملكة البحرين
وزارة التربية والتعليم

دليل المعلم المواد التجارية

إدارة أعمال





دليل المعلم المواد التجارية

إدارة الأعمال





**حضرة صاحب الجلالة الملك حمد بن عيسى آل خليفة
ملك مملكة البحرين المفدى حفظه الله ورعاه**



الفهرس

| | |
|----|--|
| ٨ | - رؤية المنهج ورسالته |
| ٩ | - مقدمة الدليل |
| ١١ | الإطار النظري لدليل المعلم |
| ١٢ | - أهمية الدليل |
| ١٣ | - أهداف الدليل |
| ١٤ | - مداخل تدريس المنهج |
| ٢٠ | - إدماج مهارات القرن الـ ٢١ |
| ٢٣ | - تعزيز مفاهيم المواطنة في المواد التجارية |
| ٢٦ | - استراتيجيات التعليم والتعلم |
| ٣٣ | - استراتيجيات التعليم المتميز |
| ٤٠ | - الوسائل والمصادر التنقية لتدريس مساقات المواد التجارية |
| ٤٢ | - أساليب التقويم |
| ٤٨ | - هياكل الدروس لمساقات المواد التجارية |
| ٥٥ | الإطار التطبيقي لدليل المعلم |
| ٥٦ | - مقرر التسويق (سوق ٣٢١) |
| ٨٠ | - مقرر السفر والسياحة (سفر ٣٢٤) |



رؤية منهج المواد التجارية

بناء جيل ريادي مبدع مبتكر متميز مؤهل لقيادة قطاع الأعمال قادر على التفاعل بإيجابية لمواكبة متطلبات سوق العمل.



رسالة منهج المواد التجارية

يسهم تخصص المسار التجاري في خلق بيئة تعليمية تعلمية مستدامة بحيث تؤهل خريجين متميزين من حيث التأهيل المعرفي والمهاري والمهني في المجالات الإدارية والمحاسبية والاقتصادية والمالية والريادية بما يدعم قدراتهم على العطاء والابتكار والابداع لاحتياجات سوق العمل في قطاعات الإنتاج والخدمات المختلفة محلياً ودولياً وإقليمياً.

المقدمة

حمداً لله رب العالمين، والصلاة والسلام على سيد المرسلين محمد ﷺ وبعد؛ فهذا دليل المعلم للمواد التجارية لتوحيد المسارات – المسار التجاري من سلسلة أدلة المعلم في هذا المبحث، أعد ليكون مرفقاً لكتاب الطالب للمسار المذكور. وقد اشتمل الدليل على مقررين من إدارة الأعمال: التسويق (سوق ٣٢١)، ومقرر السفر والسياحة (سفر ٣٢٤).

الأفضل والفضليات ... معلمي ومعلمات المواد التجارية،،،،

هذا دليل المعلم لمنهج المواد التجارية، نقدمه لكم مساعداً على فهم فلسفة المنهج وأبعاده، وتحقيق غاياته، وتنفيذه بأداء متميز، وموجهاً إلى استخدام الاستراتيجيات النشطة في تحقيق معايير التعلم ونواتجه.

ويأتي دور المعلم مكملاً ورئيسياً لتحمل مسؤولية تعليم الطلبة وتعلمهم، وتعميق الوعي بالمفاهيم والعلاقات والنظريات، وإدراكها، وتوظيفها في المجالات كافة، ولمساعدة المعلم في تحمل هذه المسؤولية العظيمة كان هذا الدليل، وقد جاء على جزئين: الجزء الأول يحتوي على الإطار النظري، والجزء الثاني يعرض الإطار التطبيقي للمقررات.

وقد تناول الجزء الأول على إرشادات عامة لاستعمال الكتاب وأبعاد بناء منهج المواد التجارية وفلسفته المتمثلة في مواصفات الطالب البحري، ويقدم أمثلة تطبيقية من المنهج لتعزيز مهارات القرن الحادي والعشرين، ومفاهيم الابتكار والريادة، ومفاهيم التنمية المستدامة، ومفاهيم المواطنة، وتوظيف التكنولوجيا في المنهج، ويقدم موجهاً مهنية وأخلاقية للمعلم، وخارطة الكتاب المدرسي، وطرق تعزيز مفاهيم المواطنة، واستراتيجيات تنمية مهارات التكفير المنهجي والتحليل وحل المشكلات مع التوضيح بأمثلة من المنهج أيضاً، وطرق إثارة الدافعية لدى المتعلمين، وكما يحتوي الجزء النظري على أساليب التقويم والوسائل والمصادر لتدريس مقررات المواد التجارية وهياكل الدروس.

أما الجزء الثاني من الدليل (الإطار التطبيقي)، والمتمثل في الخطة الفصلية وتحليل الأهداف التفصيلية للوحدات والدروس، ويركز الدليل على كيفية تنفيذ كل درس من دروس المنهج؛ فيحدد نواتج التعلم الدرس، والزمن المخصص لتنفيذه، ويقدم تحليلاً لمضمون الدرس بذكر جوانب التعلم المتضمنة فيه، ويقترح الأدوات والوسائل التعليمية التي يمكن استخدامها في تدريس الدرس، ويتناول خطة تنفيذ كل نشاط من أنشطة التعلم ببيان الهدف منه، وإجراءات تنفيذه، وتقويمه.

وإذ نقدّم هذا الدليل للمعلمين والمعلمات لمساعدتهم على الأداء التدريسي المتميز في تنفيذ منجز المواد التجارية، نوّكد على حرية المعلم في الإضافة والتعديل للتدريس بإبداع، كما نرجو الله أن تتحقق الفائدة المرجوة منه كما خططنا وسعينا.

فريق الإعداد

الإطار النظري لدليل المعلم

أهمية الدليل

في إطار سعي وزارة التربية والتعليم بمملكة البحرين نحو تطوير منهج يعتمد معايير وطنية ذات جودة عالميّة، ويتبني مهارات القرن الواحد والعشرين، ويواكب مستجدات البحث العلمي، والتحديث المستمر في مجالات التربية والتعليم حرصت إدارة المناهج على تسهيل مهمة المعلم، وترشيد أدائه، وتطوير كفايته، بإعداد دليل إرشاديّ على نحو يتلاءم مع الإطار العام للمناهج في مملكة البحرين.

ويرمي الدليل بوجه عام إلى مساعدة المعلم في تنمية مهارات الابتكار لدى المتعلمين، وإكسابهم مهارات القرن الواحد والعشرين، وتعزيز شخصياتهم بمفاهيم المواطنة، وترسيخ موضوعات التنمية المستدامة، وربط دروس التخصص بالدرّوس الأخرى في إطار الحرص على تحقيق التكامل بين المواد المختلفة مع عزم الفريق المختص على أن يتحقّق كل ذلك من خلال ربط هذه الأهداف بأجزاء الدروس ومكوّناتها وأنشطتها.

أهداف الدليل

إن محتويات الدليل ما هي إلا إجراءات استرشادية نرجو أن تحقق الفائدة المرجوة منها، بيد أن المعوّل عليه في تحقيق أهداف المنهج الجديد إنما هو قدرات المعلمين على تحويلها وتطويرها وربطها ببيئة المتعلم والسياق العام للعملية التعليمية اعتماداً على خبراتهم المتراكمة وإبداعاتهم المتجددة. وكما يرمي الدليل بوجه خاص إلى تحقيق ما يأتي:

- ▶ تنظيم محتوى الدرس، وحسن إدارة الوقت.
- ▶ توضيح أهداف الدرس ونواتجه ومعايير الأداء.
- ▶ ترسيخ فكرة ربط الاختبارات والأنشطة التعليمية بنواتج الدروس.
- ▶ مساعدة المعلم على معرفة حلول الأنشطة والتمارين المقدمة.
- ▶ ربط محتويات الدروس والأنشطة المختلفة باستراتيجيات التعلم التي تناسبها.
- ▶ تحديد وسائل التعلم والتقنيات التي تناسب كل درس، وكيفية استعمالها في كل جزء منه.
- ▶ بيان مهارات التعلم المستهدفة في كل درس.
- ▶ شرح الخطوات المتوقع من المعلم اتباعها في كل درس، وكيفية استعمالها في كل جزء منه وإجراءات تنفيذه.
- ▶ تقديم أساليب التقويم المناسبة مؤقتة بزمن محدد.
- ▶ إلمام المعلم بمواصفات الطالب البحريني، والخصائص النفسية والعقلية للمتعلمين.
- ▶ تذكير المعلم بأنماط الذكاء واستراتيجيات تنميتها.
- ▶ مساعدة المعلم على تنمية مهارات التفكير المنهجي والتحليل وحل المشكلات.
- ▶ إعانة المعلم على تحفيز المتعلمين وإثارة الدافعية لديهم.
- ▶ التعريف بمحاور المنهج، وشرح الأسس الفلسفية والتعليمية التي بُني عليها.

مداخل تدريس المنهج

اشتقت فلسفة المواد التجارية من فلسفة التربية في مملكة البحرين المنبثقة من الدستور والحضارة العربية والإسلامية. وتتمثل هذه الفلسفة في مجموعة المبادئ والقيم المترابطة والمتكاملة التي تشكل الإطار الذي يوجه سلوك الفرد في الأسرة والمجتمع ومحيط العمل، وذلك لتحقيق أهداف مرجوة تعمل على إكسابه المعارف والمهارات والاتجاهات والقيم والسلوكيات التي تسهم في تنمية شخصية الفرد تنمية متكاملة متوازنة شاملة، ملبية لحاجاته ومطالبه التعليمية والوظيفية.

تظل عملية بناء مناهج العلوم التجارية وتطويرها الشغل الشاغل لمخططي هذه المناهج، وعملية بناء المنهج ليست مجرد جدول زمني يتصل بتوزيع الموضوعات على مدار العام الدراسي أو مجرد بعض النشاطات التي يكلف بها المعلم للمتعلم، وإنما يتسع الأمر ليشتمل المنهج على كل الخبرات المرسومة والمخطط لها مما تقدمه المدرسة لطلابها لكي يحققوا النتائج المرجوة مستغلين في ذلك أقصى ما لديهم من قدرات.

وللمناهج الدراسية دورٌ مهمٌ في تشكيل شخصية الفرد بحيث يصبح قادرًا على أداء رسالتها في المجتمع وتحمل مسؤوليتها تجاه الوطن وفقًا لفلسفتها وثقافتها ومعتقداتها، حيث إن طبيعة العصر وسرعة التغير وثورة الاتصالات والمعلومات والاقتصاد الرقمي، وما يمكن أن يأتي به المستقبل، تقتضي الاهتمام والتركيز ليس فقط على الجانب المعلوماتي للمعلم بل كيفية الحصول عليها، وكيفية توظيفها، ويتطلب ذلك مراعاة متطلبات أساسية عند تطوير مناهج العلوم التجارية والتي تتمثل فيما يلي:

- ◀ شموليته لمتطلبات العصر ومعطيات الألفية الثالثة.
- ◀ مرونته وقدرته على التطبيق والتجدد.
- ◀ ملاءمته لقدرات وحاجات المتعلم.
- ◀ الاهتمام بالقضايا الاقتصادية وإيجاد الحلول للمشكلات الاقتصادية التي تعترض سبيل الإنسان في الحياة.
- ◀ تنمية مهارات التفكير العلمي، والناقد، والإبداعي، والقدرة على الاستدلال والاستنباط إلخ.

وينطلق مناهج المواد التجارية من ستة مداخل وهي: المدخل الاجتماعي، والمدخل الفلسفي، والمدخل التربوي، والمدخل المعرفي، والمدخل التكنولوجي، والمدخل الاقتصادي والتنموي، ويمكن بيان هذه المداخل على النحو الآتي:

المدخل الاجتماعي:

ويقصد به مجموعة العوامل والقوى الاجتماعية التي تؤثر على تخطيط المنهج وتنفيذه. وتتعلق بحاجات المجتمع وأفراده وتطورها في المجالات الاقتصادية، والعلمية والتقنية، وكذلك ثقافة المجتمع، وقيمه الدينية، والأخلاقية، والوطنية، والإنسانية. ويرى هذا الاتجاه أن المجتمع هو محور بناء المنهج، ويركز على ما يريده المجتمع بكل حاجاته وفلسفته. وبناء على ذلك تتطلب طبيعة هذه المرحلة أن يركز مناهج العلوم التجارية على مايلي:

- ◀ توعية الطالب بالمتغيرات الثقافية، والسياسية، والاقتصادية، والمستجدات التي تحدث حلوهم، ونتائجها، وكيفية مواجهتها.
- ◀ توعية الطالب بأهم القضايا والمشكلات الاقتصادية المعاصرة والمستقبلية.
- ◀ التركيز على القيم الاجتماعية والأخلاقية التي يرتضيها المجتمع وتحفظ توازنه.
- ◀ المحافظة على سلامة المجتمع وترابطه من خلال العمل النافع.

- ◀ التعاون والتكامل في العمل والإنتاج بين أفراد المجتمع.
- ◀ المجتمع يكمل نفسه من خلال التخصصات المختلفة في الأعمال
- ◀ العمل وفق قيم وأخلاق تقوي ترابط المجتمع كالمشاركة والتعاون.
- ◀ التنسيق مع مؤسسات المجتمع المحلي للتدريب والتطوع.
- ◀ تطوير المجتمع من خلال التدريب على مهارات القرن الواحد عشرون.

المدخل الفلسفي:

الأطر الفكرية التي تقوم عليها المناهج بما تعكس خصوصية مجتمع معين، والمتمثلة في عقيدته، وتراثه، وحقوق أفرادهِ وواجباتهم وتعني الفلسفات في جوهرها بما يجب أن يكون عليه الفرد النموذجي والحياة النموذجية في مجتمع نموذجي. تشتق الفلسفة التربوية من فلسفة المجتمع على اعتبار أن الأهداف المطلوبة هي أهداف هذا المجتمع. وينطلق الاهتمام بالتجارة من منطلق عقائدي موافق لفطرة الإنسان والعقلاء بأهمية العمل والإنتاج، والمحافظة على اقتصاد المجتمع والدولة من خلال الآتي:

- ◀ الإيمان بوجوب العمل والإنتاج والسعي في مناكب الأرض الاستمرار الحياة.
- ◀ وجود العمل بقصد تأمين قوته وإشباع الحاجات الأساسية للفرد والمجتمع.
- ◀ إتقان العمل المنجز بجودة عالية.
- ◀ العمل على رفع اقتصاد البلد بجد وإخلاص وأمانة في خدمة المجتمع والوطن والقيادة.
- ◀ السعي في مناكب الأرض لتوظيف الموارد في خدمة حاجات الإنسان المتعددة.

المدخل التربوي:

الطالب أو المتعلم هو محور بناء المنهج، وهذا الاتجاه يجعل من المتعلم وقدراته وميوله وخبراته السابقة أساساً لاختيار محتوى المنهج وتنظيمه محور العملية التعليمية هو الطالب لذلك يقصد بالأساس السيكولوجي هو مجموعة المفاهيم والأسس والمبادئ النفسية التي توصل إليها علماء النفس حول طبيعة المتعلم وخصائص نموه وحاجاته واستعداداته وميوله وذلك لأن وظيفة المنهج هو إحداث تغيير في السلوك لذلك فلا بد أن يكون هناك علاقة بين تصميم المنهج وبين خصائص نمو المتعلم وكذلك ميول ورغبات المتعلم. تحول محور الاهتمام من المعارف كهدف في حد ذاتها إلى طالب بطبيعته الإنسانية، وخصائص نموه، وجوانبه السيكولوجية المختلفة والتعرف على حاجاته واهتماماته ومتطلبات نموه. وبناءً على خصائص المتعلمين في تلك المرحلة تتطلب طبيعة هذه المرحلة أن يركز مناهج المواد التجارية على ما يأتي:

- ◀ تنمية مهارات المتعلم العقلية حيث يتمكن من حل المشكلات بأسلوب علمي دقيق.
- ◀ التركيز على تنمية مهارات الفهم والتفكير العلمي.
- ◀ تشجيع المتعلم على النقد البناء، والإبداع والابتكار.
- ◀ تعزيز ثقة الطلاب من خلال الأنشطة الصفية واللاصفية والتدريب والمشروعات. والمسابقات.
- ◀ مراعاة الفروقات الفردية والاستعداد وحاجاتهم الخاصة وذوي الحاجات الخاصة
- ◀ التنمية الميول والاتجاهات الإيجابية والقيم والمثل العليا.
- ◀ تحقيق الاستقرار النفسي بإشباع رغبات المتعلمين ورغباتهم وميولهم واهتمامهم
- ◀ فتح آفاق للدراسة والعمل مستقبلاً مما يحقق الاستقرار النفسي.
- ◀ تنويع مجالات الخبرة والتدريب في بناء المفاهيم والانخراط في المجتمع بثقة وطمأنينة.

المدخل المعرفي:

وتعني الأسس التي تتعلق المقررات التجارية من حيث طبيعتها، ومصادرها ومستجداتها، وعلاقتها بحقول المعرفة الأخرى، وتطبيقات التعلم والتعليم فيها، والتوجيهات المعاصرة في تعليم مواد العلوم التجارية، وتطبيقاتها، ويرى أن المعرفة هي محور بناء المنهج، فيجعل من المعرفة الغاية التي لا يماثلها شيء في الأهمية حيث توجه كافة الجهود والإمكانات لصب المعلومات في عقول الطلاب بصورة تقليدية، وهذا يعني عدم إعطاء أي اعتبار لإمكانات الطالب وميوله أو خبرات السابقة، مما يجعل مهمة المعلم تقتصر على نقل المعرفة من الكتب إلى عقول الطلاب.

ويتمثل في تحقيق عناصر التكامل والشمول فيما يقدم للطلاب من معرفة لها مصدرها العلمية المتعمدة، والتي تساهم في تشكيل وتنظيم العمل الاقتصادي والتجاري بعيدا عن العمل العشوائي، ويقوم هذا الأساس على ما يأتي:

- ▶ تنمية المفاهيم والمبادئ الأساسية في الاقتصاد والمحاسبة والرياضة المالية والعمليات المصرفية.
- ▶ تنمية مهارات التفكير العليا مثل (التأمل، والفهم، والتحليل، والتركيب، والتطبيق، والتقييم).
- ▶ وحدة المعارف والعلوم الاقتصادية والتجارية.
- ▶ بعض المعارف ثابتة وبعضها متغير بمرونة الزمن.
- ▶ المعارف والمصطلحات المتعارف عليه دوليا باللغة العربية والأجنبية.
- ▶ ارتباط العلوم التجارية والاقتصادية بالعلوم الأخرى كالرياضيات والاحصاء.
- ▶ مواكبة العلوم الحديثة والتكنولوجيا التي تزيد من الإنتاجية وتحسن جودة العمل.

المدخل التكنولوجي:

الإفادة من انفجار المعلوماتية وتكنولوجيا الاتصال والتعلم الإلكتروني في صياغة العملية التعليمية التعلمية، وفق مفهوم جديد يدمج بين الموهبة والرؤية الابداعية والإمكانات التكنولوجية المتطورة.

المدخل الاقتصادي والتنموي:

مخرجات التعليم في مملكة البحرين تؤهل شخصية المتعلم وتساعد على التفتح والنضج والاندماج السوي الخلاق المبدع، فالتنمية الاقتصادية والحضارية عامة لا تنتظر من غير العقول الواعية والأيدي الماهرة، فعليه يدعو التعليم لوضع استراتيجيات تتلاءم فيها وتتكامل قدرات العنصر البشري مع الامانات المادية.

وتمثل هذه المدخلات مجموعة من المبادئ والقيم المترابطة والمتكاملة والتي تشكل المنهج الذي يسهم في بناء شخصية الفرد بكامل أبعادها الجسمية والعقلية والاجتماعية والانفعالية وتنمية شخصيته تنمية متكاملة متوازنة لذاته ملبية لحاجاته ومطالبة الإنمائية، تنمية شاملة تؤكد المسؤولية والمواطنة عبر مجموعة من الأهداف المرسومة والتي تعمل على إكساب المعارف والمهارات والاتجاهات والقيم والسلوكيات، وتتضمن مجموعة من المجالات تسهم في تنمية اقتصاد مملكة البحرين.

إدماج مهارات القرن الـ ٢١

تعرفها منظمة الشراكة من أجل مهارات القرن الحادي والعشرين بأنها: "مجموعة المهارات اللازمة للنجاح والعمل في القرن الحادي والعشرين مثل مهارات التعلم والابتكار، والثقافة المعلوماتية والإعلامية والتكنولوجية، ومهارات الحياة والعمل". وتعرف بأنها: "مجموعة من المهارات التي يحتاجها العاملون في مختلف بيئات العمل ليكونوا أعضاء فاعلين ومنتجين، بل مبدعين إلى جانب إتقانهم المحتوى المعرفي اللازم لتحقيق النجاح، تمشياً مع المتطلبات التنموية والاقتصادية للقرن الحادي والعشرين".

مما سبق يمكن تعريف تعليم مهارات القرن الحادي والعشرين بأنه: إعداد الطالب وفقاً لاحتياجات ومتطلبات القرن الحادي والعشرين عن طريق تطوير مهارات مثل الإبداع، والتفكير الناقد وحل المشكلات، والتواصل، والتعاون.

في ظل التغييرات المستمرة التي تطرأ على المجتمعين المحلي والعالمي؛ أصبح تحديد المهارات المطلوبة للمتعلم أمراً أساسياً؛ بغية الوصول إلى فردٍ قادرٍ على العامل مع متطلبات المراحل اللاحقة لتخرجه من المدرسة؛ سواءً أكانت متعلقة بمتابعة تعليمه العالي أم الانخراط في سوق العمل. وعليه فإن إطار المسار التجاري يركز على تطوير المخرجات التعليمية لها، من خلال الاستناد إلى مهارات القرن الواحد والعشرين، والتي تُعدُّ منطلقاً لمجالات الإطار ومعاييرها، بحيث تفرز العملية التعليمية افراداً متمكنين من المهارات الأكاديمية والحياتية الداعمة، وقادرين على التأقلم والمنافسة ومواجهة التحديات. وتهدف هذه المهارات إلى توحيد الرؤية واللغة فيما يرتبط بالمتوقع من الطلبة عند استكمالهم المرحلة التعليمية المختلفة، كما تؤدي دوراً مهماً في تقليص الفجوة بين مخرجات التعليم، ومتطلبات سوق العمل. وفيما يلي عرضٌ لمهارات القرن الواحد والعشرين كما يبينها في الشكل (١):

١. التفكير الناقد:

قدرة طلبة العلوم التجارية على التحليل المنطقي للقضايا الاقتصادية والمحاسبية، والتفكير باستقلالية، والتعامل مع المعلومات الاقتصادية والإدارية والمحاسبية بمسؤولية، وتطوير القدرة على تقييمها وتحقيقها من غير تحيُّز.

٢. التواصل والعمل الجماعي:

قدرة طلبة العلوم التجارية على التفاعل وإيصال الآراء والأفكار بكفاءة، وإتقان وكيفية توضيح الفكرة باستعمال مهارات الاتصال الشفوي والكتابي وغير اللفظي مع مجموعات طلابية متعددة الثقافات، والقدرة على التفاوض والمناقشة والإقناع، وإتقان مهارات التعاون مع الآخرين للتخطيط لمشروعات صغيرة وتنفيذها.

٣. الإبداع وحلُّ المشكلات:

قدرة طلبة العلوم التجارية على الخروج عن النمطية في مواجهة المواقف الحياتية العملية؛ باستحضار حلول جديدة، واستعمال الموارد المتاحة بصورة غير مألوفة، وتوظيف العلوم التجارية ومهاراتها لتعلم كيفية حل المشكلات، والتوصل إلى الاستنتاجات بإصدار الأحكام من خلال البحث والتحليل.

٤. القيادة وصنع القرار:

إتقان طلبة العلوم التجارية المهارات القيادية من خلال استعمال مهارات حل المشكلات والمهارات الشخصية لرفع مستوى قدرة الآخرين على التأثير في الفريق وتوجيهه لتحقيق مشروع مشترك في العلوم التجارية.

٥. المواطنة المحلية والعالمية:

قدرة طلبة العلوم التجارية على توجيه معارفهم وسلوكهم وقيمهم بمسؤولية، وبما يعزز تقارب الأفكار بين مكونات المجتمع المختلفة، ويرفع وعيهم بالتحديات العالمية، ويزيد من إسهاماتهم في بناء وتطوير وطنهم بشكل أساسي، وتأصيل ممارسات الاستدامة البيئية، والعدالة الاجتماعية، والمساهمة في تكوين توجهات إيجابية نحو المشكلات الاقتصادية العالمية، وتقبل الآخر بما يزيد من التقارب الثقافي العالمي.

٦. الريادة والمبادرة:

قدرة طلبة العلوم التجارية على إدارة الذات بصورة منتجة، والسعي إلى تحقيق الأهداف الشخصية بعزيمة قوية ودافعية عالية، وإتقان عملية وضع الأهداف وإدارة الوقت من خلال العمل باستقلالية وتحديد الأولويات في مشروعات العلوم التجارية لتحقيق مبادرات المتعلمين وتوضيحها، والمبادرة في الطرح والتعامل مع المشكلات العارضة، وتقديم المقترحات البناءة.

٧. الثقافة التكنولوجية:

قدرة طلبة العلوم التجارية على استعمال التكنولوجيا وأدواتها بفاعلية؛ لصناعة المعلومات أو الوصول إليها، وإدارتها، وتنفيذها، ونقدها، ونشرها، وإتقان الطلبة تطبيق استعمال التكنولوجيا الرقمية بفاعلية من خلال استعمالها بوصفها أداة يستعملها المتعلمون في البحث عن القضايا الاقتصادية والإدارية.

٨. التمكن اللغوي:

قدرة طلبة العلوم التجارية على التميز الفكري، والإنتاج الأدبي والعلمي؛ بما يعزز روح الانتماء، والموروث الثقافي، والهوية الوطنية، باستعمال اللغة الأم، إضافة إلى التواصل بكفاءة بأكثر من لغة كالإنجليزية في مقررات المحاسبة والرياضة المالية والمصرفية والإدارية.



تعزيز الانتماء وترسيخ مفاهيم المواطنة والتنمية المستدامة

تهدف جميع مناهج وزارة التربية والتعليم إلى تعميق ثقافة المواطنة الصالحة والفعّالة لدى الطلاب، وتعريفهم بحقوقهم وواجباتهم الواردة في الدستور البحريني، وتعريفهم أيضًا بقيم المواطنة الصالحة التي تقوم على أساس سيادة القانون، واحترام المساواة، والتسامح وتقبّل الآخر، وتقبل التعددية والتنوع في المجتمع. وبشكل أكثر تفصيلاً يحتوي جميع مقررات المواد التجارية على موضوعات ومعارف وأسئلة وخبرات تهدف إلى تعزيز الشعور بالانتماء لدى المتعلم وترسيخ مفاهيم المواطنة والتنمية المستدامة ... وهي كالتالية:

1. تعزيز أبعاد الهوية الوطنية:

هي التّعبير عن وجودنا وقيمنا وعاداتنا وتقاليدينا ولغتنا الوطنية.

أو: هي مجموعة المفاهيم والاتجاهات والمشاعر والمكونات التي تحدد حقيقة الفرد وجوهره، وتعكس أصالة ثقافته وحبّه لوطنه ومجتمعه.

أو: الإحساس الداخلي الذي اكتسبه الفرد من خلال الدين واللغة والمعايير والقيم الاجتماعيّة بالتعلم والممارسة والإدراك حتى صارت كالبصمة المميزة للإنسان.

هي المحافظة على السمات والخصائص المشتركة التي تميّز أمةً أو مجتمعاً أو وطنًا معيّنًا عن غيره، يعترّ بها وتشكّل جوهر وجوده وشخصيّته المتميّزة. ويُقصد بتعزيز الهوية الوطنية للطلاب مجموعة من الإجراءات المنهجية لتعزيز الوعي بالرابطة للمجتمع البحريني بما تحمله من مقومات دينية وثقافية، تميز هذا المجتمع وتساعد في الحفاظ على كيانه الأصيل وتحقق رؤيته المستقبلية لتحويله إلى سلوك جمعي ثقافي يعبر عن الولاء والانتماء لهذه الرابطة من قبل الطالب البحريني. وتحرص مملكة البحرين، وبفضل دعم وتوجيهات جلالة الملك، على إبراز هذه الهوية في كل المحافل المحلية والعربية والدولية، وتوظيف الثقافة بجميع مقوماتها لتكون علامة بارزة على الانفتاح الذي يعيشه المجتمع البحريني على مختلف الثقافات؛ مما انعكس في الرصيد المتنوع والغني بالموروث التراثي والقيم والتقاليد التي تزخر بها المملكة. ومن الأبعاد الهوية الوطنية تقدير جهود الملك الآباء المؤسسين والإنجازات التي قاموا بها. مثل دور جلالة الملك المفدى في الصعيد الاقتصادي والمالي وتعزيز دور المرأة وغيرها.

٢. المحافظة على الموارد واستقرارها:

الموارد هي كل الظواهر الطبيعية على سطح الأرض ويعتمد عليها الإنسان في سدّ احتياجاته وهي وسيلة لتحقيق هدف الإنسان سواء كانت ظاهرة أو كامنة وتعرّف عليها خلال العصور، وتنقسم الموارد إلى موارد طبيعية اقتصادية، مثل: الأسماك، النباتات، الحيوانات، وغير اقتصادية مثل: المناخ، وموارد بشرية، وموارد حضارية، مثل: المعرفة، والأفكار، والاختراعات.

٣. احترام العمل وجودة الإنتاج:

هي إحدى القيم الحميدة التي تميز بها الإنسان، ويعبر عنها تجاه كل شيء حوله، أو يتعامل معها بكل تقدير وعناية والتزام، فهو تقدير لقيمة ما أو لشيء ما أو لشخص ما وإحساس بقيمته وتميزه. وتعزيز حب العمل والإبداع والابتكار فيه. فإن أهم خطوة في نجاح الفرد على الصعيد المهني محبته لعمله، فكلما زاد حب العامل لعمله، زاد من الإنتاج فحب العمل وإتقانه أساس الإبداع والابتكار، ومما لا شك فيه بأنه يعكس ذلك على تقدم البلاد وتطوره.

٤. مسؤولية البنية المجتمعية:

استشعار الفرد لنتائج سلوكه، وتحمل نتائج ذلك السلوك وما يترتب عليه من تبعات سواء بالثواب أو بالعقاب تجاه ذاته وأسرته وأصدقائه والجماعات التي ينتمي إليها ووطنه ومجتمعه.

٥. التنمية المستدامة:

التنمية بمفهومها العام، تتضمن تطوير الأرض، والمدن، والمجتمعات، وكذلك الاقتصاد، والأعمال التجارية، والمشروعات، والأنشطة، واستهلاك الموارد، وما يصحب ذلك من زيادة في عمليات الإنتاج في المجالات المختلفة. يمكن تحديد الأهداف العامة للمناهج الدراسية من أجل تحقيق التنمية المستدامة في الآتي:

- ▶ تزويد المتعلمين بالمعلومات المرتبطة بمفهوم التنمية المستدامة وأهدافها وأهميتها ومتطلبات تحقيقها ومبادئها.
- ▶ تزويد المتعلمين بالمعلومات المهمة عن السلوكيات البشرية التي تعمل على تحقيق التنمية المستدامة مثل الحد من الاستهلاك بكافة صورته في المأكل، واستخدام المياه، واستهلاك الطاقة، واستخدام المبيدات والأدوية... إلخ، والحفاظ على الممتلكات العامة والخاصة وتدريبهم عليها كلما أمكن.
- ▶ التعريف بأدوار الأفراد والأسر والمجتمع وغيرهم في تحقيق التنمية المستدامة.

- ◀ تنمية مهارات التفكير بصفة عامة ومهارات اتخاذ القرار والمهارات الحياتية والاجتماعية وغير ذلك من المهارات، والتي تسهم في تعديل سلوكيات المتعلمين من أجل التنمية المستدامة.
- ◀ تنمية الاتجاهات والقيم والسلوكيات وأساليب الحياة التي تساند التنمية المستدامة، والتي تشجع أنماط استهلاكية ضمن حدود الإمكانيات البيئية بشكل مناسب.
- ◀ تزويد المتعلمين بالمعارف والمهارات التي تعمل على إكسابهم أنماط الاستهلاك المستدامة.
- ◀ تعريف المتعلمين بالموارد الطبيعية والزراعية والصناعية وموارد الطاقة وكيفية الحفاظ عليها.
- ◀ تعريف المتعلمين بأن التنمية المستدامة تتطلب نمو اقتصاديا يعمل على تلبية الحاجات الأساسية المطلوبة.
- ◀ تزويد المتعلمين بمهارات تمكنهم من مواصلة التعلم بعد ترك المدرسة والبحث عن سبل العيش المستدام.
- ◀ تنمية الاتجاهات الإيجابية نحو الأرض والحفاظ عليها لأنفسهم والأجيال من بعدهم.
- ◀ تعزيز مبدأ المساواة في التعاملات بين الأفراد، بغض النظر عن اللون والدين والجنس ومستوى المعيشة.

استراتيجيات التعليم والتعلم

استراتيجيات التعليم والتعلم هي سياق من أساليب وطرق التدريس وتقنيات تنشيط الفصل الدراسي المتغيرة حسب معايير عدة، لعل أهمها هو الموقف التدريسي. إنها أسلوب المعلم في تدريسه للمواد وفي طريقه لتحقيق الأهداف التعليمية المرجوة، إنها كذلك الوسائل والأدوات والإجراءات التي يستخدمها لمساعدته في مهمته، إنها أيضا الجو العام داخل الفصل الدراسي المساعد على الوصول -بشكل منظم ومتسلسل - إلى مخرجات تعليمية مقبولة في ضوء الإمكانيات المتاحة. لكنها باختصار التخطيط المسبق والخطة التي يتبعها المعلم لتحقيق هدف تعليمي.

يوظف المسار التجاري مجموعة من الاستراتيجيات الحديثة في التعلم بما يتناسب والفئة العمرية للتعليم الثانوي وخصوصية بعض المواد والبيئة المدرسية، ومن هذه الاستراتيجيات ما يلي:

أولاً: استراتيجية التعلم التعاوني Collaborative Learning Strategy:

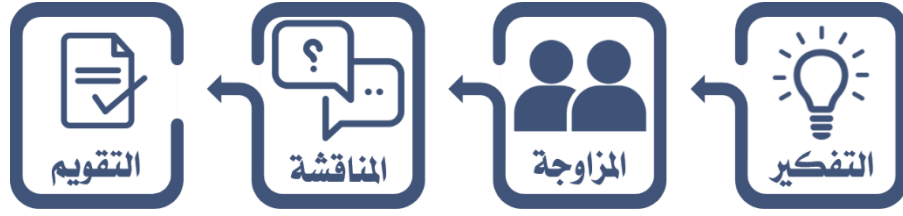
تقسيم الطلاب إلى مجموعات كل مجموعة متجانسة حسب قدراته بمراعاة ذكاءات الطلاب المختلفة من ٤ إلى ٦ طلاب للمجموعة الواحدة حسب سعة وعدد الطلاب الصف، وتوزيع الأدوار على المجموعة بشكل ديمقراطي لتنظيم العمل واستغلال الوقت من قائد المجموعة والقارئ وال كاتب والمقرر والمراقب، مثل تطبيق حساب اهلاك الأصول الثابتة في مساق المحاسبة.

ثانياً: استراتيجية الحوار والمناقشة Dialogue and Discussion Strategy:

تعتمد على الحوار المنظم لتبادل الآراء والأفكار وتفاعل خبرات الطلاب التي تعزز بعض الأنشطة وتنشط الطلاب ذهنياً وتنمية مهارات التفكير النقدي بحيث يطرح المعلم أفكار رئيسية عن الدرس من خلال الأسئلة والمناقشة تشجع على حرية التعبير عن آرائهم، مثل حساب الدفعات المتساوية في مساق الرياضيات المالية.

ثالثاً: استراتيجية فكر – زواج – شارك Think-Pair-Share Strategy:

تعتبر استراتيجية فكر – زواج – شارك أو المعروفة اختصاراً بـ TPS من الاستراتيجيات المستحدثة والمشتقة من التعلّم التعاوني، وتسمى أيضاً باستراتيجية (فكر – انتقد زميلاً) وقد طورها العالم Frank Lyman ومساعديه في جامعة الماري لاند عام (١٩٨٥م)، وتقوم على فكرة مشاركة عدد أكبر من الطلاب في الفصل، بحيث يمنح الطالب وقتاً للتفكير بمفرده بعد أن يقوم المعلم بطرح السؤال (فكر)، ثم يفكر في السؤال نفسه مع أحد زملائه (زواج)، ثم يقوم المعلم بدعوة المجموعة ككل لمشاركة الحل مع أقرانهم الآخرين (شارك). وتتم هذه الاستراتيجية بأربع خطوات، وهي كالتالي:



التفكير (فكر): تبدأ هذه المرحلة عندما يقوم المعلم بطرح سؤال على المتعلمين مرتبطاً بما تم شرحه في الدرس، ومن ثم يعطيهم وقتاً للتفكير الصامت حول السؤال المطروح، والمطلوب من كل متعلم في هذا الوقت التركيز والتفكير بهدوء، ثم تسجيل الإجابات والملاحظات في الورقة المحددة لتحديد الأفكار. ويجب على المعلم في هذه المرحلة تجنب الأسئلة ذات الإجابات المحددة بنعم أو لا. وتستغرق هذه الخطوات دقيقة واحدة فقط.

المزوجة (زواج): وفيها يطلب المعلم من المتعلمين أن ينقسموا إلى أزواج، ومن ثم يتجه كل متعلم إلى شريكه لتقاسم أفكارهما. في هذا الوقت يأخذ المتعلمون أدوارهم في مشاركة الأفكار ويقارنون أفكارهم ويكونون إجابة واحدة، ويجب أن تكون هذه الإجابة هي الإجابة الأكثر إقناعاً. وفي هذه الأثناء يتنقل المعلم في غرفة الصف (أو بيئة التعلّم التشاركي عبر الويب)، لتوجيه الطلاب ومتابعتهم. وتستغرق هذه الخطوات من (٥-٣) دقائق فقط.

المشاركة (شارك): في هذه الخطوة يطلب المعلم من الأزواج التعبير لفظياً ومشاركة الأفكار التي توصلوا إليها مع زملائهم في الصف، حيث تنتقل الممارسات الفعالة من زوج إلى زوج حتى يتاح لربيعهم أو نصفهم عرض ما فكروا فيه وما توصلوا إليه بحسب الوقت المتاح. وفي هذه الأثناء يقوم المعلم

بتدوين إجابات المتعلمين على السبورة (أو على أحد أدوات بيئة التعلم التشاركي عبر الويب)؛ لتكون واضحة لدى الطلاب، ولتعرفوا على الإجابات الصحيحة.

التقويم: في هذه المرحلة يقوم المعلم بتقويم المتعلمين باستخدام المناقشات والاختبارات القصيرة أثناء أو بعد النشاط، حيث يمكن استخدام المناقشة في تحديد مستوى فهم المتعلمين من خلال تقييم إجاباتهم.

وممكن تطبيق الاستراتيجية عند شرح حساب مرونة الطلب والعرض والعوامل المؤثرة فيها في مساق الاقتصاد.

رابعاً: استراتيجية الاستقصاء Survey Strategy:

يثير الاستقصاء بمستوياته المختلفة حسب مستويات الطلاب من خلال الأسئلة والتفسيرات فتثير الطالب بشكل عميق من خلال التفكير الناقد الذي فيه من التحديات ولقدرات الطلاب من خلال مواقف تعليمية حقيقية أو محاكاة للواقع يكتسب من خلالها معارف جديدة، مثل شرح أنواع الشركات ومزايا وعيوب كل نوع منها في مساق الثقافة التجارية.



خامساً: استراتيجية دورة التعلم Learning Cycle Strategy:

استراتيجية دور التعلم الخماسية (5E) والتي تسمى استراتيجية بايي (Bybee Strategy). فلكل مرحلة وظيفة محددة تساهم في عملية التعلم. والشكل التالي يبين المراحل الخمسة. وقد وصف بايي مراحل الاستراتيجية الخمس في ضوء طبيعة المتعلم، وطبيعة المعرفة، وطرق التدريس المستعملة من قبل المعلم، وهي:

1. **مرحلة التهيئة:** يتعرف الطلبة المهمة التعليمية لأول مرة، ويتم الربط بين الخبرات السابقة والخبرات الحالية، ويتم ذلك عن طريق طرح أسئلة مثيرة (بحثية) أو مشكلة وتعريفها. وتضم المرحلة الإثراء البيئي للطلبة في الموقف التعليمي بالأنشطة الموجهة التي يتوقع أن تجعل الطالب (المتعلم) ينشغل في مهمة التعلم بالتركيز ذهنياً، كما تجعله حائراً ومتحفزاً، فإذا تم دمج الأحداث الخارجية مع ميول الطلبة واهتماماتهم وحاجاتهم

يتوقع أن تجعل التعلم ناجحاً وذا فائدة. وفي هذا يجب أن تكون الأنشطة متنوعة، وممتعة، ومحفزة، وذات معنى. ويبدأ التعلم بالمفاهيم، والعمليات، والمهارات بالتعرض لها والتعرف إليها. ويتطابق مع هذه المرحلة ما يفعله المتعلم من طرح أسئلة مثل: لماذا حدث هذا؟ ماذا أعرف عن هذا سابقاً؟ ماذا يمكنني اكتشافه حول هذا؟ ويبدى اهتمامه بالموضوع.

٢. **مرحلة الاستكشاف:** تقدم هذه المرحلة للمعلمين قاعدة مشتركة من الأنشطة والتجارب، ويتم من خلالها تحديد المفاهيم، والعمليات، والمهارات، وتنميتها. وبهذا يوجه الطلبة الظاهرة بشكل مباشر، وتقدم الأنشطة سياقاً أولياً لتفسيرات الطلبة، وعلى الطالب أن يفكر بشمولية ضمن حدود النشاط، ويتحقق من التنبؤات والفرضيات، ويكون تنبؤات وفرضيات جديدة، ويحاول إيجاد البدائل ويناقشها مع زملائه، ويسجل الملاحظات والأفكار، ويؤجل الحكم، أما دور المعلم فيكون دور الميسر للتعلم، وتقسيم الطلبة إلى مجموعات تعاونية، ومشاهدة الطلبة والاصغاء إليهم، وطرح أسئلة استقصائية لإعادة توجيه استقصاءات الطلبة، ويمنح الطلبة الوقت الكافي للتفكير في المشكلات، وإعطاء تلميحات، وإتاحة الفرصة للطلبة لاستقصاء المواقف.

٣. **مرحلة الشرح والتفسير:** يتم تشجيع الطلبة على شرح المفاهيم، والتعريفات بكلماتهم وتعبيراتهم الخاصة. ومطالبة الطالب بتقديم التذليل والتفسير وذلك باستخدام خبراتهم السابقة كأساس للتفسير. ويتم ربط الخبرات مع المرحلتين السابقتين (التهيئة والاستكشاف) بعرض المفاهيم والمهارات وتوضيحها وجعل استخدامها مشتركاً للجميع.

٤. **مرحلة التوسع:** تهدف هذه المرحلة إلى توسيع فهم الطلبة الفكري ومهاراتهم؛ وذلك باستخدام الخبرات المكتسبة في تطبيقات جديدة ضمن علاقات وروابط بين المفاهيم والمهارات والعمليات، كما يعرض الطلبة تفسيراتهم ويدافعون عنها، ويحددون الأنشطة والتجارب المتعددة (التعلم التعاوني) المتعلقة بمهمة التعلم واستكمالها.

٥. **مرحلة التقويم:** تشجع هذه المرحلة الطلبة على تقييم فهمهم وقدراتهم؛ كما توفر الفرصة للمعلم لتقييم تقدم الطلبة نحو تحقيق الأهداف التعليمية. كما يتحقق الطلبة من مدى دقة ومواءمة تفسيراتهم لسلوكهم، ومواقفهم في المواقف التعليمية الجديدة، وإمكانية طرح أسئلة ذات صلة تشجع الاختبار، والاستقصاءات المستقبلية (التوجه للاستقصاء).

وممكن تطبيق الاستراتيجية عند شرح المعلم لإعداد قيود القوائم المالية الختامية في مساق المحاسبة.

سادساً: استراتيجية العصف الذهني Brainstorming Strategy:

يقصد بالعصف الذهني توليد أفكار وآراء إبداعية وإنتاجها من قبل الأفراد والمجموعات لحل مشكلة معينة، وتكون هذه الأفكار والآراء جيدة ومفيدة. أي وضع الذهن في حالة من الأثارة والجاهزية للتفكير في كل الاتجاهات لتوليد أكبر قدر من الأفكار حول المشكلة أو الموضوع المطروح، بحيث يتاح للفرد جو من الحرية يسمح لظهور كل الآراء والأفكار، مثل التحليل المالي للقوائم المالية في مساق المحاسبة والبنوك.

سابعاً: استراتيجية التفكير الناقد Critical Thinking Strategy:

إن مهارة التفكير الناقد تركز على عمليات ذهنية تذهب إلى ما بين السطور والحقائق المتضمنة فيها، وهذه تتطلب من المتعلم إعادة النظر، وتغيير النظرة التي كان ينظر إليها من قبل، وحين يمارس المتعلم هذه المهارة فهو يصوغ المعرفة بطريقة أصيلة ويتفاعل معها بأقصى درجات الفاعلية، ثم يصوغ خبرات جديدة وتوقعات جديدة يتجاوز فيها الخبرة أو الدرس الذي يقدم إليه، وبذلك يكون تفكيره تفكيراً إبداعياً مستنيراً، مثل القوانين المتعلقة بإصابات وإجازات وحوافز العمال في مساق قانون العمل. ويتضمن التفكير الناقد مجموعة كبيرة من المهارات وفيما يأتي أهمها:

1. التمييز بين الحقائق التي يمكن إثباتها أو التحقق من صحتها وبين الادعاءات أو المزاعم الذاتية.
2. التمييز بين الادعاءات والأسباب ذات العلاقة بالموضوع، وتلك التي تُقحم على الموضوع ولا ترتبط به.
3. تحديد مصداقية مصادر المعلومات ومراجعتها.
4. التعرف على الادعاءات أو البراهين الغامضة.
5. تحديد التشابهات والاختلافات بين موقفين أو فكرتين حول قضية ما.
6. تطبيق مهارات حل المشكلات التي تعلمها سابقاً.
7. التعرف على أوجه التناقض أو عدم الاتساق في مسار عملية الاستدلال من المقدمة أو الوقائع، وتحديد القوة في البرهان أو الادعاء.

ثامناً: استراتيجية التعلم الإلكتروني E-Learning Strategy:

إنّ مصادر المعرفة والعلم المتوفرة للطلبة في هذه الأيام، متنوعة ووفيرة، ويمكن الوصول إليها بطرق سهلة وجذابة، دون الاعتماد على المعلم. لذا لم يعد دور المعلم الهام، متقصرًا على توصيل المعلومات فحسب؛ بل يتعدى

ذلك بكثير. إذ إنه صار مسؤولاً عن بناء شخصية الطالب الباحث والمفكر والناقد والمستقل؛ الذي يستطيع الوصول إلى المعلومات وتوسيع آفاقه ذاتياً.

ويعرف التعليم الإلكتروني بأنه "استعمال الوسائط المتعددة التي يشملها الوسط الإلكتروني الإنترنت أو الإذاعة أو أفلام الفيديو أو التلفزيون وغيرها في العملية التعليمية التعلمية"، مثل إعداد الطالب رسالة طلب وظيفة أو إعداد السيرة الذاتية عند التقدم لوظيفة في مساق غرفة المحاكاة (مهر ٣١٣).

تاسعاً: استراتيجية اللعب بالأدوار Role-Playing Strategy:

هي أسلوب من أساليب المحاكاة في موقف يشابه الموقف التعليمي حيث يتقمص المتعلم أحد الأدوار التي توجد في الموقف التعليمي ويتفاعل مع الآخرين في حدود علاقة دوره بأدوارهم وتُعد هذه الاستراتيجية ذات أثر فعال في مساعدة الطلبة على فهم أنفسهم وفهم الآخرين، مثل قيام الطالب بلعب دور موظف استقبال والآخر كعميل لتوضيح كيفية الرد والتعامل مع مختلف العملاء في الشركة وذلك في مساق الإدارة المكتبية.

عاشراً: استراتيجية التدريس بالمشروع Project Teaching Strategy:

مفهوم التدريس بالمشروع هو تحويل الموضوع النظري إلى إنجاز عملي من خلال سلسلة من الأنشطة التي يقوم بها الطالب أو مجموعة من الطلبة لتحقيق أهداف محددة في محيط اجتماعي. مثل إنشاء مشروع صغير في مقرر المشروعات الصغيرة وريادة الأعمال، والبحث عن تخصص جامعي والتقديم للوظيفة في مقرر المحاكاة.

الحادي عشر: استراتيجية التعلم الذاتي Self-Learning Strategy:

من أهم أهداف هذه الاستراتيجية تعلمُ التعلم، أي أن يكتسب المتعلم المهارات الضرورية التي تمكنه من التعلم باستمرار لمواجهة المهام الدراسية والتعامل مع مصادر العلم والمعرفة في مرحلة أولى، ولمواجهة الحياة في مرحلة قادمة، مثل قيام الطالب بإعداد الميزانية العمومية للأسرة كنموذج مصغر لإعداد الميزانية لمشروع تجاري في مساق المحاسبة والثقافة التجارية.

وهكذا يمكن تعريف التعلم الذاتي بأنه نشاط تعليمي يقوم به المتعلم -بشكل ذاتي - لاكتساب مهارات ومعارف ومفاهيم وقيم بُغية تنمية إمكاناته و استعداداته، و يكون فيه المتعلم هو محور العملية التعليمية. بينما يتجلى دور المعلم في:

- ◀ تشجيع التفكير الناقد.
- ◀ توفير المصادر المعرفية والبيئة المساعدة على التعلم الذاتي.
- ◀ دفع المتعلمين إلى اعتماد الأسئلة المفتوحة.
- ◀ حثهم على ربط التعلم بالمواقف الحياتية.
- ◀ جعل المتعلم واثقا من نفسه، وتشجيعه أثناء ارتكاب الأخطاء في طريقه نحو التعلم.
- ◀ تنمية مهارات القراءة والتحليل لدى المتعلمين.

استراتيجيات التعليم المتميز

مفهوم التعليم المتميز:

يُدرّك المعلم الناجح الاختلافات بين المتعلمين نتيجة لعوامل بيئية أو وراثية، فهم ليسوا على قدر واحد من الاستيعاب والفهم، لذلك يجب أن يأخذ هذه القضية بعين الاعتبار عندما يُخطّط لدروسه، ويُحدّد استراتيجيات التدريس التي سيوظفها في تحقيق أهدافه، ومن أهم الاستراتيجيات التي تراعي الحاجات والميول والقدرات المتنوّعة عند الطلاب هي استراتيجية التعليم المتميز، ولعل من التعريفات التي تناولت مفهوم التعليم المتميز ما يلي:

عرف (الخالدي ٢٠١٤م، ص ٢٨) التعليم المتميز بأنه: "استراتيجية حديثة تهدف إلى التعرف على احتياجات المتعلمين المختلفة ومعلوماتهم السابقة واستعدادهم للتعلم ومستواهم اللغوي وميولهم وأنماط تعلمهم المفضلة ثم الاستجابة لكل ذلك في عملية التدريس، إذ أنه عملية تعليم وتعلم متعلمين بينهم اختلافات كثيرة في فصل دراسي واحد".

وذكر (الحليسي ٢٠١٢، ص ٤٧) التعليم المتميز بأنه: "استراتيجية تعليمية حديثة تتمركز حول المتعلم وتأخذ بعين الاعتبار التمايز والاختلاف الموجود بين تلاميذ الفصل الواحد. وتعمل هذه الاستراتيجية على تلبية الاحتياجات والاهتمامات والميول المختلفة للتلاميذ حيث يبدأ المعلم من حيث الوضع الذي يكون عليه التلميذ، وليس من مقدمة دليل المنهج، ويمكن أن يأخذ التعليم المتميز أشكالاً وأساليب تعليمية مختلفة مثل التدريس وفق نظرية الذكاءات المتعددة والتدريس وفق أنماط المتعلمين والتعليم التعاوني. ويمكن للمعلم الذي يعمل وفق مبادئ التعليم المتميز أن التمايز الأهداف والمحتوى والنواتج".

عرّفه الشقيرات (٢٠١١، ص ١٢٠) بأنه "تعليم يراعي قدرات وخبرات جميع فئات المتعلمين في غرفة الصف، ويعمل لزيادة تحصيلهم وتنمية قدراتهم بدرجة مقبولة من الأداء من خلال التعامل مع كل مستوى بأسلوب ملائم لقدراته وخبراته السابقة".

مميزات استراتيجية التعليم المتميز:

إن استراتيجية التعليم المتميز أصبحت حاجة ملحة لتحقيق أهداف المناهج الدراسية، وتحقيق مبدأ تكافؤ الفرص التعليمية بين الطلاب في عملية التعليم، وتزيد من دافعيتهم نحو التعليم، وذلك لأنها تقوم على تلبية الاحتياجات

المختلفة بين الطلاب في المهارات والاهتمامات والقدرات والذكاءات والاتجاهات والميول والخبرات السابقة والاختلافات في الاستجابة للمتطلبات الدراسية، كما تزيد من فعالية وجودة عملية التعليم. وتتميز استراتيجية التعليم المتمايز بما يلي:

١. يُمكن المعلمين من فتح فرص تعلم لجميع الطلاب من خلال تقديم خبرات متنوعة.
٢. يساعد المعلمين على فهم واستعمال التقييم بصورة جيدة كما ينبغي.
٣. يضيف استراتيجيات تعليمية جديدة للمعلمين، ويستحدث تقنيات لمساعدتهم على التركيز على أساسيات المنهج الدراسي.
٤. يطابق متطلبات المناهج بطريقة ذات معنى لتحقيق نجاح الطلاب.
٥. يُوفّر لكل طالب أو مجموعة من طلاب متطلبات التعليم التي تلائمهم.
٦. ينال رضا المتعلمين وقبولهم.
٧. يزيد من فعالية المتعلمين في التعليم.

وكما أن استراتيجية التعليم المتمايز تعمل على تقريب المتعلمين من المقررات التعليمية، وتسهل عليهم الفهم، وتزيد من دافعيتهم وفعاليتهم في عملية التعليم، وتعمل على تحقيق العدالة بين المتعلمين على اختلاف مستوياتهم من خلال تنوع المواد والمهام وتبسيطها لهم.

أهداف التعليم المتمايز:

- من أهداف التعليم المتمايز كما ورد في (الحليسي ٢٠١٢م، الطويرقي ٢٠١٣م) متمثلة في الآتي:
١. تطوير مهمات تتسم بالتحدي والاحتواء لكل طالب.
 ٢. توفير مداخل تتسم بالمرونة لكل من المحتوى والتدريس والمخرجات.
 ٣. الاستجابة لمستويات الاستعداد لدى الطلاب.
 ٤. توفير الفرص للطلاب للعمل وفق طرف تدريسية مختلفة.
 ٥. إعداد الطالب الذي يستطيع القيام بمهام حياتية وواقعية متنوعة وغير متوقعة.
 ٦. يعمل على تحقيق الدرجة القصوى من التعلم لجميع الطلاب مراعيًا مختلف أنماط التعلم والميول والقدرات والاتجاهات.
 ٧. يضيف استراتيجيات تعليمية جديدة للمعلمين.
 ٨. يلبي متطلبات المنهج الدراسي بطريقة ذات معنى لتحقيق نجاح الطلاب.

خطوات استراتيجية التعليم المتميز:

يذكر عطية (٢٠٠٩، ص ٣٢٨) خطوات التعليم المتميز فيما يلي:

١. التقويم القبلي: إن أول خطوة من خطوات التعليم المتميز هو إجراء عملية تقويم تستهدف تحديد المعارف السابقة وتحديد القدرات والمواهب وتحديد الميول والخصائص الشخصية وتحديد أسلوب التعليم الملائم وتحديد الخلفيات الثقافية.
٢. تصنيف الطلبة في مجموعات في ضوء نتائج التقويم القبلي على وفق ما بين أعضاء كل مجموعة من قواسم مشتركة.
٣. تحديد أهداف التعليم.
٤. اختيار المواد والأنشطة التعليمية ومصادر التعلم وأدوات التعليم.
٥. تنظيم البيئة التعليمية بطريقة تستجيب لجميع المجموعات.
٦. اختيار استراتيجيات التدريس الملائمة للطلبة أو المجموعات.
٧. تحديد الأنشطة التي تكلف بها كل مجموعة.
٨. إجراء التقويم بعد التنفيذ لقياس المخرجات.

أشكال التعليم المتميز:

يذكر عبيات والسميد (٢٠٠٧، ص ١٢٠) أن التعليم المتميز يتخذ أشكالاً متعددة منها ما يلي:

١. التدريس وفق نظرية الذكاءات المتعددة: هو أن يقدم المعلم درسه وفق تفضيلات الطلبة وذكاءاتهم المتنوعة.
٢. التدريس وفق أنماط المتعلمين: التدريس وفق أنماط المتعلمين (بصري، سمعي، حركي) شبيه التدريس وفق الذكاءات المتعددة، بمعنى أن يتلقى الطالب تعليمًا يتناسب مع النمط الخاص به.
٣. التعليم التعاوني: يمكن اعتبار التعليم التعاوني تعليمًا متميزًا إذا راعى المعلم تنظيم المهام وتوزيعها وفق اهتمامات الطلبة وتمثيلاتهم المفضلة.

استراتيجيات التعليم المتميز:

هناك مجموعة من الاستراتيجيات - انظر الشكل - التي تدعم التعليم المتميز فيما يلي:

١. استراتيجية الأنشطة المتدرجة Tiered Assignments:

تعتبر الأنشطة المتدرجة الصعوبة مهمة جدًا عندما يريد المعلم أن يضمن أن الطلاب ذوي الاحتياجات التعليمية المتباينة يعملون في نفس الأفكار الأساسية، ويستعملون نفس المهارات الأساسية.

تستعمل الأنشطة المتدرجة لكي يركز الطلاب على نفس المعارف ونفس المهارات الأساسية ولكن وفق مستويات تختلف في الصعوبة، والتجريد، والنهيات المفتوحة. فمن خلال إبقاء على ما يركز عليه النشاط هو نفسه بالنسبة لجميع الطلاب، ولكن مع توفير منافذ وصول ذات درجات متفاوتة من الصعوبة، يزيد المعلم إلى أقصى حد ممكن من احتمال أن يخرج كل طالب بمهارات ومعارف أساسية، ويلقي كل طالب التحدي الذي يناسبه، وإن المعلم المهتم بالأنشطة المتدرجة يوائم مستوى صعوبة المهمة وسرعة تنفيذها مع استعداد الطالب، مثل استخراج مجهولات الفائدة البسيطة والمركبة في مساق الرياضة المالية.

٢. استراتيجيات الأنشطة الثابتة Anchor Activities:

هي نوع من الأنشطة التعليمية التعلمية التي يُصممها المعلم في ضوء أهداف ومحتوى المنهج المقرر، ولكل نشاط من هذه الأنشطة أهداف واضحة ومحددة، ويُراعى في تصميمها أن تتنوع في أنواعها ومستواها لتناسب احتياجات الطلاب المختلفة، وتتصف هذه الأنشطة بأنها تعتمد على إيجابية وفعالية الطالب في تنفيذها، وتتصف الأنشطة الثابتة بأنها أنشطة مستمرة أي ليست نشاطاً ينجزه الطالب في بضع دقائق، لكنه يستكمل في حصص متتالية، ويمكن للطالب العمل في هذه الأنشطة بمفرده أو مع بعض الزملاء، تقدم هذه الأنشطة أحياناً للطلاب المتفوقين الذين ينتهون بسرعة مما يكلفهم به المعلم من أعمال، فعندئذ ينشغل هؤلاء الطلاب ببعض الأنشطة الثابتة، فيستفيدون من وقتهم، ويزيدون من تعلمهم وتحصيلهم في الموضوع المطروح للدراسة، كما يتفرغ المعلم للعمل مع الطلاب الذين يحتاجون إلى مساعدة، مثل إعداد قيود اليومية والترحيل لحسابات الأستاذ وإعداد ميزان المراجعة في مساق المحاسبة.

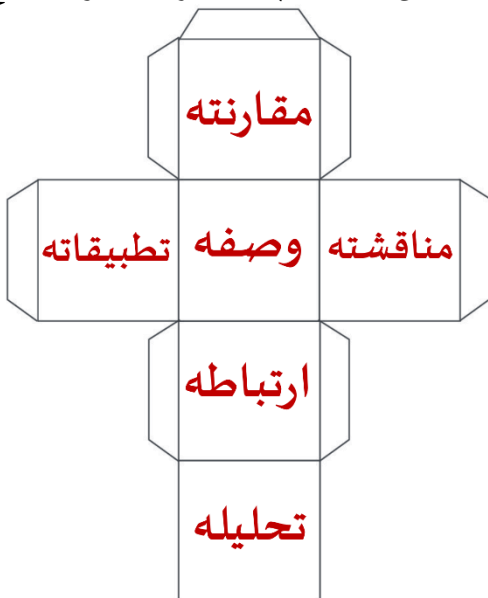
٣. استراتيجية المكعب Cubing Strategy:

هي استراتيجية يتم فيها استعمال أوجه المكعب، لدراسة مادة تعليمية من ست جهات نظر، بأسلوب ممتع. وتُستخدم هذه الاستراتيجية للتمايز بين الطلبة وفق:

- تصنيف بلوم.
- أنماط التعلم والذكاءات.
- استعدادات الطلبة واهتماماتهم.

وهناك استخدامات أخرى للمكعب:

- تكوين نتاج من ست خطوات أو مراحل.
- للاستيعاب القرائي (من؟ ماذا؟ متى؟ أين؟ كيف؟).
- الأوجه الستة للفهم.



فهو استراتيجية تعليمية مصممة لمساعدة الطلاب على التفكير في الموضوع أو الفكرة من زوايا متعددة. والمكعب يتضمن ستة أوجه، ويعرض كل وجه وصف للأمر أو التكليف التي يجب على الطلاب القيام بها. وتتطلب استراتيجية المكعب إعداد تكاليف مثيرة للاهتمام للطلاب، واستعمالها في إشراكهم وتحفيزهم.

المكعب يوفر وسيلة لجميع الطلاب لاستكشاف موضوع واحد أو فكرة مهمة ولكن بمهام مختلفة على حسب مستويات الطلاب واستعداداتهم وأنماط تعلمهم واهتماماتهم وميولهم ذات الطابع الشخصي. في هذه الاستراتيجية جميع الطلاب يعملون في الأنشطة التي تملئها عليهم المكعبات، ويتم تكليف الطلاب بالأنشطة إما فرادي أو مجموعات. قد يستعمل المعلم مكعب بأنشطة عالية المستوى لفريق الطلاب المتقدمين وقد يستعمل مكعب بأنشطة مناسبة لمستوى الطلاب الذين يجدون صعوبات في التعلم، مثل شرح هرم ماسلو للحاجات في مساقات الاقتصاد والتسويق.

٤. استراتيجية قائمة الطعام Menu Strategy:

هي استراتيجية تُستخدم كطريقة للتعلم - أي في العمليات والنتائج. يشرح المعلم المحتوى بإحدى الأساليب ومن ثم توظف هذه الاستراتيجية ليكون الطالب المعنى للمحتوى من خلال مجموعة من الخيارات الجذابة لأنشطة وتكاليف صافية تتم المتابعة والدعم المستمر من قبل المعلم مع تنفيذ وقفات تقييمية قصيرة للتحقق من الأهداف. ومدة تطبيقها يتفاوت (ممكن أن تكون حصة لدرس أو أسبوع مثلاً لموضوع أو أسبوعين لوحدة دراسية) عادة تُستخدم لموضوع فترة أسبوع تقريباً. وعلى المعلم أن يوفر في هذه القائمة مجموعة من الخيارات للطلاب كي يقوموا بالاختيار منها وبحلها وفقاً لضوابط معينة يضعها المعلم.

ومن مميزات هذه الاستراتيجية: التشويق، الاندماج والتفاعل في الأنشطة، تعزيز التعلم الذاتي عند الطلاب (احدى مهارات القرن ال ٢١)، والأهم أن الطالب يتلقى تغذية راجعة مستمرة من المعلم قبل الانتقال من نشاط إلى آخر، إذ أن هذه التغذية الراجعة المستمرة ستساعد الطالب على التقدم وتحقيق الأهداف، مثل حساب أقساط التأمين وتطبيق مبادئ التأمين على قضايا تأمينية مختلفة في مساق التأمين.

يتم تطبيق الاستراتيجية بهذه الطريقة:

أولاً: الطبق الرئيسي:

يجب أن يتناوله جميع الطلاب، أي أن الأسئلة الواقعة في فئة الطبق الرئيسي يجب أن يقوم جميع الطلاب بالإجابة عليها لأنها تمثل أفكار محورية في الدرس (وفقاً لتحليل المحتوى بالحلقات الثلاث)، إذا هي أنشطة إلزامية على الطلاب تنفيذها.

ثانياً: الأطباق الجانبية:

ليست جميع الأسئلة إلزامية هنا، الطالب يختار أسئلة وفقاً لضوابط يضعها المعلم، الأطباق الجانبية تحتوي على المعلومات الأساسية.

ثالثاً: الحلويات:

قسم الحلويات اختياري، أي ليس بالضرورة أن يجيب الطالب على أسئلة الحلويات، تمامًا مثل قائمة الطعام الحقيقية، ليس الجميع يطلب الحلويات، ولكن إذا كانت أطباق الحلويات شهية ستصبح جاذبة أكثر ومشجعة على الطلب، كيف نسقط هذا المفهوم على قسم الحلويات لدينا هنا كقائمة تعلم؟ بأن يضع فيها المعلم أنشطة جميلة وجاذبة ومبتكرة تحفز التعلم عند الطالب وتشجعه على تنفيذها، وغالبًا ما تكون المعلومات المتضمنة في قائمة الطعام هي معلومات إثرائية تعزز التعلم.

يمكن أن تطبق قائمة الطعام بأكثر من طريقة في عرض الدرس كأنشطة تعلم، بشكل فردي أو جماعي، أو في نهاية وحدة دراسية (كمراجعة) ولكن من المهم ألا ينتقل الطالب من سؤال إلى آخر قبل تقييم المعلم وتزويده بالتغذية الراجعة ويمكن أن يتم تفعيل نفس القائمة في أكثر من حصة حسب الحاجة حيث يقوم الطالب في كل حصة بإنجاز جزء من القائمة.

٥. عقود التعلم Learning Contracts:

قبل البدء في عملية التعليم، يتم عقد اتفاق محدد واضح بين المعلم والطالب أو مجموعة من الطلاب، هذا العقد يتضح فيه ببساطة الغرض من هذه العملية بشكل مُقنع للطلاب، ويتضح به المصادر التعليمية التي سوف يلجؤون إليها، وطبيعة الأنشطة التي سوف يمارسونها، ويتفق أيضًا على أسلوب التقييم وتوقيته. وبذلك فإن هذه الاستراتيجية تثير الطريق للطلاب ليخطوا بنفسه خطوات محسوبة تقود إلى تحقيق الهدف، وتجعل منه المحرك الرئيسي لعملية التعليم، وتقع على المعلم مهام إعداد هذه العقود بشكل مبسط، وعرضها بشكل مقنع للطلاب، ولا مانع من أن يتم إجراء بعض التعديلات في ضوء وجهات نظر الطلاب الموضوعية، والتي تراعي ميولهم وخبراتهم السابقة وطبيعة المقررات الدراسية التي يتناولونها، ولا مانع من تدخل المعلم إذا استلزم الأمر لتقديم مساعدات للطلاب وتذليل بعض الصعوبات، وتعتمد استراتيجية العقود على إشراك الطلاب إشراكًا فعليًا في تحمل مسؤولية تعلمهم، من حيث تحديد كم ما سوف يتعلمونه في فترة زمنية معينة، ومتابعة تقدمهم في الدراسة، وتقييم إنجازاتهم أو بأول. وتتسم هذه الاستراتيجية لكل طالب أن يتقدم بسرعة مناسبة له ولقدراته بحيث يُحَقِّق الأهداف المنشودة في نهاية العقد، حيث يعقد المعلم اتفاقية مع الطالب للمساق من بداية الفصل الدراسي والمصادر التي يعتمد عليها الطالب والأنشطة وأساليب التقويم.

٦. المجموعات المرنة Grouping Flexible:

تستند هذه الاستراتيجية على أساس مهم هو أن كل طالب في الفصل هو عضو في مجموعات مختلفة متعددة يشكلها المعلم ف ضوء أهداف التعليم والتعلم، وأيضًا في ضوء خصائص الطلاب. ويسمح في هذه الاستراتيجية بانتقال الطالب من مجموعة إلى مجموعة أخرى، تبعًا لاحتياجاته التعليمية، وعلى المعلم متابعة الطلاب من خلال الانتقال والتجول بين المجموعات، لتيسير عملية التعلم ومتابعة جميع الطلاب. ويتم تهيئة وإعداد المكان وتزويده بمصادر تعلم مناسبة لكل مجموعة على حدة تناسب مع طبيعة المحتوى المطروح وتتلاءم مع خصائص الطلاب، وعلى المعلم أن يهتم بتقييم الطلاب بشكل منفرد وفقًا لمستوى الإنجاز الذي حققه ويختلف أساس تشكيل المجموعات تبعًا للموقع التعليمي، فأحيانًا تكون المجموعة متجانسة القدرات أو الميول، حيث يتم توزيع الطلاب حسب ميولهم العلمية في كل درس منفصل عن الآخر وحسب الموقف التعليمي.

مميزات استراتيجية المجموعات المرنة:

١. تُتيح فرصة كبيرة لمشاركة الطالب في تنسيق المكان وترتيبه واتخاذ القرار.
٢. تُوفّر الفرص للتعرف عن قرب بين جميع أعضاء الفصل وتمنع التكتل بين الطلاب.
٣. يتعلم الطلاب مهارات العمل في فريق وتقبل الآراء المختلفة ومهارات التفاوض وحل المشكلات بطرق حضارية.
٤. يستطيع الطلاب دراسة موضوع معين من وجهات نظر متعددة من خلال تلك المجموعات.
٥. تتيح فرص تعليم وتعلم الأقران مع تبادل أدوار من موضوع إلى آخر.
٦. تُساعد مرونة تشكيل المجموعات المعلم في ملاحظة سلوك الطلاب في المجموعات المختلفة أو الاستعدادات، وأحيانًا يكون أعضاء المجموعة مختلفين في أنماط التعلم أو في الميول أو في التجارب السابقة والمعلومات عن الموضوع المطروح.

ويعتمد نجاح استراتيجية المجموعات المرنة على وضوح ودقة المعلومات التي يقدمها المعلم للطلاب قبل البدء في العمل، ثم على ملاحظاتهم أثناء العمل، والتدخل للمساعدة إذا لزم الأمر، ومثل كل استراتيجيات التنوع تحتاج استراتيجية المجموعات المرنة إلى إدارة حاسمة من المعلم ومشاركة الطلاب في تحمل مسؤولية النظام والالتزام بالقواعد المتفق عليها بالنسبة للسلوك داخل الفصل.

الوسائل والمصادر التقنية ... لتدريس المواد التجارية

تركز التربية الحديثة على المتعلم باعتباره من أهم محاور العملية التربوية، وهو الهدف النهائي لها، ولهذا ظهرت طرائق وأساليب حديثة في التدريس؛ وبالتالي ظهرت مفاهيم تربوية حديثة مثل التعلم الذاتي، والتعلم المستمر والتعليم التعاوني، والتعليم الموجه، وغيرها من المفاهيم تعتمد على اكتساب المتعلم المهارات التي تمكنه من التعلّم الذاتي بعيداً عن أساليب التعلّم التقليدية التي تعتمد على التلقين والاستظهار والحفظ، وبطبيعة الحال فإن المفاهيم التربوية الحديثة أصبحت تعتمد على تعلم المتعلم بنفسه وتحقيق الاستقلالية، والاعتماد على الذات في التعلّم والبحث والحصول على المعلومات ومواصلة الدراسة، ولهذا أصبح من الضروري تنويع مصادر التعلّم، وإتاحة الفرصة أمام المتعلمين للوصول إليها والإفادة منها بيسر وسهولة، ومن أهم المصادر التي يمكن الاعتماد عليها:

١. الكتاب المدرسي:

هو أداة تعليمية فردية مقدمة في إطار العلاقات التقليدية بين المعلم وطلابه على شكل كتاب يحتل مكاناً في الهيكلية الرسمية للتعليم.

٢. مركز مصادر التعلّم:

هو مرفق مدرسي، يديره اختصاصي مؤهل، يحتوي أنواعاً وأشكالاً متعددة من المصادر التعليمية والتعلّمية، والتقنيات المعلوماتية والتعليمية، يتعامل معها المتعلم بشكل مباشر لاكتساب مهارات البحث عن المعلومات وتحليلها وتقويمها، بغرض بناء معارفه وخبراته وتنميتها، باستعمال أنشطة قائمة على أساليب التعلّم المختلفة، ويقدم خدمات تسهل على المتعلم والمعلم الاستفادة من إمكاناته.

٣. البوابة التعليمية:

البوابة التعليمية هي بوابة وطنية للتعليم الإلكتروني تدعم التمكين الرقمي في التعليم، وهي وسيلة للاتصال بين قواعد بيانات الطلبة في وزارة التربية والتعليم وبين جمهور الوزارة سواء كان من الطلبة في جميع المراحل الدراسية والهيئة الادارية والتعليمية في كافة المدارس الحكومية وبين أولياء أمور الطلبة وأبنائهم، وذلك من خلال تقديم

خدمات إلكترونية إدارية وتعليمية مثل عرض درجات الطالب والجدول الدراسي ومتابعة الحضور والغياب اليومي ومتابعة الواجبات اليومية وغيرها من الخدمات ذات العلاقة لخدمته جميع الفئات المستفيدة منها من طلبة ومعلمين واختصاصيين وإداريين بالمدارس وأولياء أمور الطلبة، كما يتم الأخذ بالاعتبار معايير أمن المعلومة. ويتوافق مع نسخة البوابة التعليمية على صفحة وزارة التربية والتعليم نسخة تطبيق إلكترونية (App) للاستخدام من خلال أجهزة الهواتف النقالة وجميع الأجهزة الذكية، بحيث تسمح لولي الأمر من خلال هاتفه النقال بالاطلاع على جميع البيانات المتوفرة عن أبنائه في البوابة بحيث يمكن لولي الأمر متابعة حضور ونتائج أبنائه بشكل مستمر. ومن جانب آخر فإن البوابة التعليمية تقوم بتوفير المحتوى التعليمي الرقمي السهل الوصول إليه مثل الدروس الإلكترونية والمصادر والبرمجيات التعليمية الإثرائية للمواد الدراسية مثل برمجيات المحاكاة لمادتي العلوم والرياضيات وهي برمجيات إلكترونية يتعلم الطالب منها ذاتيا بشكل تفاعلي على الأهداف التعليمية المختلفة كحل المسائل في الرياضيات أو اجراء التجارب العلمية في مواد العلوم

٤. السبورة الذكية (التفاعلية):

تعدُّ السبورة التفاعلية من أحدث الاكتشافات التعليمية، ويتم استعمالها لعرض عمل ما على شاشة الكمبيوتر، ولها استعمالات وتطبيقات متعددة، فهي تخدم المعلم في طريقة التدريس، وتستعمل داخل قاعات الاجتماعات والمؤتمرات وورش العمل.

٥. الصف الإلكتروني:

يستعمل الصف الإلكتروني وسائل التعلّم الرقمي بما فيها: الحاسب الآلي الشخصي، والسبورات الرقمي. وهذه الوسائل جميعها تساعد المعلم على توصيل المعلومة بطريقة سلسة وجاذبة للمتعلم، تناسب جميع أنماط تعلم المتعلمين على اختلاف فئاتهم؛ بما في ذلك ذوي الاحتياجات الخاصة.

أساليب التقويم

يمثل التقويم أحد أهم المداخل الحديثة لتطوير التعليم، فمن خلاله يتم التعرف على أثر كل ما تم التخطيط له وتنفيذه من عمليات التعليم والتعلم، ونقاط القوة والضعف فيها، ومن ثم اقتراح الحلول التي تساهم في التأكيد على نقاط القوة وتدعيمها، وتلافي مواطن الضعف وعلاجها.

مفهوم التقويم:

التقويم التربوي عملية منهجية تقوم على أسس علمية وعملية، تستهدف إصدار الحكم بدقة وموضوعية على مدخلات ومخرجات أي نظام تربوي ومن ثم تحديد جوانب القوة والضعف في كل منها تمهيداً لاتخاذ القرارات المناسبة للإصلاح ولتحسين مستوى المتعلم.

أي أن التقويم في العملية التعليمية يشمل عدة عناصر أهمها: تقويم المنهج الدراسي، بعناصره المختلفة (الأهداف – المحتوى – استراتيجيات التعليم والتعلم – التقويم)، وتقويم المعلم، وتقويم نتائج المنهج.

والمحصلة النهائية للمنهج، أو نتاجه، هو الطالب، أو على الأصح التغيير الذي حدث في سلوكه نتيجة تفاعله مع المنهج، ويمكن تقويم المنهج بالتغيير الذي أحدثه على سلوك الطالب معرفياً وعقلياً ووجدانياً ومهارياً من مستوى معين إلى مستوى آخر مرغوب فيه، تعبر عنه أهداف المنهج.

العلاقة بين التقويم والتقييم والقياس:

- التقييم: يعني إصدار حكم على شخص أو مجموعة أشخاص مثل ممتاز/جيد، متفوق/متعثر دون البحث عن أسباب النجاح للاستفادة منها ولا أسباب التعثر لمعالجتها.
- القياس: هو الرقم الذي يحصل عليه الطالب نتيجة إجابته عن الأسئلة.
- التقويم: عملية تربوية مستمرة تهدف تقدير التحصيل الدراسي للمتعلم والبحث عن مواطن القوة لتعزيزها، ومواطن الضعف لمعالجتها وإصدار الحكم المناسب؛ بغية اتخاذ القرار المناسب المتعلق بمستقبله الدراسي.



معايير التقويم الجيد:

١. أن يكون هادفًا: أن تقيس عملية التقويم مدى تحقق الأهداف، وتتابعها وتطورها.
٢. أن يكون مستمرًا: تبدأ قبل بداية التعليم وتستمر إلى ما بعده.
٣. أن يكون عمليًا: يتميز بالصدق، أي أنها تقيس الأهداف التي وضعت لقياسها. والثبات: أي أنها تعطي النتائج نفسها لو أعيدت مرة ثانية. والموضوعية: أي لا يكون العامل الذاتي الشخصي أي تأثير على أحكامها.
٤. أن تتسم عملية التقويم بالتنوع في المستوى وفي الأساليب والأدوات، لمراعاة الفروق الفردية بين الطلاب.
٥. أن يكون شاملاً: يتناول الجوانب الرئيسية للوحدة الدراسية (الحقائق والمهارات والاتجاهات).
٦. ينبغي أن يقيس كل مستويات المجال المعرفي، حيث التذكر والفهم والتحليل والتركيب والتقييم، وكل مستويات المجال الوجداني، حيث الاستقبال والاستجابة والتقييم والتنظيم وتشكيل الذات، وكل مستويات المجال المهاري، حيث الإدراك الحي والميل والاستجابة الموجهة والآلية أو التعويد والاستجابة المعقدة والتكيف والإبداع.
٧. يراعي في عملية التقويم أن تترك أثرًا حسنًا في نفس الطالب، وروحًا معنوية عالية تدفعه إلى حب التعلم، والمثابرة والاجتهاد في طلب العلم.

أسس عملية التقويم:

- تستند عملية التقويم التربوي الناجحة إلى أسس ثابتة، يمكن تلخيصها على النحو التالي:
- ▶ ارتباط التقويم بأهداف العملية التعليمية التعلمية.
 - ▶ شمولية التقويم لكل أنواع الأهداف ومستوياتها التي نرغب في تحقيقها.
 - ▶ تنوع أدوات التقويم، واتسامها بالصدق والثبات والموضوعية.
 - ▶ تجريب أدوات القياس قبل اعتمادها، واشتراك المعلم والطالب في بنائها.
 - ▶ الانتقال من التقويم التقليدي إلى التقويم الأصيل (Assessment Authentic): الذي يسعى لقياس المعرفة العلمية والمهارات عند الطلاب لكي يستخدموها بكفاءة في حياتهم اليومية. والتقويم الأصيل يهدف إلى تطوير المهارات الحياتية الحقيقية، تنمية المهارات العقلية العليا، تنمية الأفكار والاستجابات الخلاقة والجديدة، تنمية مهارات متعددة ضمن مشروع متكامل، تعزيز قدرة الطالب على التقويم الذاتي، واستخدام استراتيجيات التقويم الحديثة وأدواته لقياس الجوانب المتعددة في شخصية المتعلم.
 - ▶ القدرة على التمييز بين مستويات الأداء المختلفة والكشف عن الفروق الفردية بين الطلبة.

- ◀ التقويم علمية مستمرة، ملازمة لجميع مراحل التخطيط والتنفيذ.
- ◀ اقتصادية التقويم من حيث الجهد والوقت والكلفة.
- ◀ التقويم عملية إنسانية واستراتيجية فعالة للتعرف على الذات وتحقيقها.
- ◀ عملية التقويم هي عملية تشخيصية وقائية وعلاجية.
- ◀ التقويم علمية منهجية منظمة ومخططة تتم في ضوء خطوات إجرائية محددة.

أهداف التقويم:

يتصف التقويم بشمولية النظرة إلى مكونات العملية التربوية التعليمية ويبحث كذلك عن الأسباب التي تؤدي إلى ضعفها أو قوتها من خلال نظرتة الشمولية هذه. ومع ذلك فإن أهداف التقويم تركز على المكونات الجزئية للعملية التربوية والتعليمية، لكنها في الأخير ترتبط بين هذه الجزئيات لتكون حكمًا عامًا وشموليًا على العملية التربوية والتعليمية برمتها. ومن أهداف التقويم:

- ◀ معرفة نواحي الضعف والقوة في تعلم الطلاب، وتحديد الاتجاه الذي يسير عليه نموهم العام المعرفي، والاجتماعي، والنفسي، ... إلخ.
- ◀ يكشف لنا التقويم عن مدى تحقيق الأهداف التربوية والتعليمية المرسومة سلفًا والجوانب التي تحتاج إلى تطوير أو تعديل أو تغيير في هذه الأهداف.
- ◀ يكشف لنا التقويم نواحي القوة أو الضعف في المعلم، والمنهج الدراسي، وطرق التدريس والوسائل المعينة الأخرى التي تستعمل في عملية التعليم والتعلم أو تخدمها.
- ◀ يعد التقويم جزءًا هامًا وعملية أساسية في التخطيط والتنظيم والتنفيذ لكافة البرامج في مختلف المنظمات، ذلك لأنه الجسر الذي يوفر الفرصة لعبور المسافة بين الواقع والأهداف المرسومة.
- ◀ التقويم وسيلة ضرورية لاختبار مبادئ العمل مع الأفراد والجماعات والمجتمعات؛ وللتأكد من صلاحية تلك المبادئ.
- ◀ توفير المعلومات عن درجة تحقيق برنامج ما لأهدافه من خلال إيضاح جوانب القصور وجوانب القوة، وتقديم التغذية الراجعة حول تلك الجوانب.
- ◀ تعريف الإداري وواضعي السياسات بالنتائج غير المتوقعة لتنفيذ البرامج سواء كانت سلبية أو إيجابية، ليكون لدى واطعي السياسات المبرر الكافي لتغيير البرامج أو إلغائها.
- ◀ توفير معلومات عن مستوى الرضا العام عن نتائج البرنامج ودرجة الدعم المقدمة له.
- ◀ التقويم يركز بدرجة كبيرة على تحسين الخدمة أكثر من تقويم ما إذا كانت الخدمة تستحق الإبقاء عليها أم لا.

أنواع التقويم:

يتم تصنيف عملية التقويم في ضوء الأهداف التي تركز عليها إلى ثالث أنواع هي:

التقويم التشخيصي (القبلي) Diagnostic Evaluation:

- ◀ وهو إجراء يقوم به المعلم في بداية كل حصة دراسية، أو مجموعة من الحصص، أو في بداية العام الدراسي، من أجل تكوين فكرة على المكتسبات المعرفية القبلية لطلابه ومدى استعدادهم لتعلم المعارف الجديدة. ويهدف هذا النوع إلى:
 - ◀ تحديد أفضل موقف تعلّمي للمتعلمين في ضوء حالتهم التعليمية الحاضرة.
 - ◀ التّشخيص التّربوي، حيث يتمكن المعلم من تحديد النّمّو العقلي والانفعالي لطلابه، ومدى استعدادهم وميولهم لاكتساب معلومات وخبرات جديدة.
 - ◀ الكشف عن مدى امتلاك المتعلم معارف أو مهارات أو اتجاهات محددة، مع تحديد الأسباب الكامنة وراء عدم توافرها بغية أعداد الخطط العلاجية الملائمة.
 - ◀ رصد الأهداف التربوية التي يتوخى الطلاب تحقيقها خلال الفترة الدّراسية أو في نهايتها، ومقارنتها بالأهداف المخطّط لها.

التقويم التكويني (البنائي) Formative Evaluation:

- ◀ تتعدد تسميات تقويم الأعمال اليومية للطلاب في الكتب والمراجع العربية منها: التقويم المرحلي أو البنائي أو المستمر، أو التكويني. وينظر للتقويم التكويني على أنه عملية منظمة ومستمرة، يتشارك فيها الطالب والمعلم في إصدار حكم حول أداء الطالب نفسه، واستراتيجيات التعليم المتبعة مقارنة مع أهداف التعلم المنشودة، حيث تستخدم بياناته لتحديد مستوى تعلم الطلبة الحالي وتعديل وتكييف أنشطة التدريس لمساعدة كل طالب بمفرده، عند الحاجة لبلوغ مرحلة الإتقان المرغوب فيها. وتتجلى أهمية التقويم التكويني في الآتي:
 - ◀ مساعدة المعلم على توظيف أساليب تقويم غير تقليدية تساهم في نقل خبرة التعلم من مادة نظرية إلى أخرى مرتبطة بواقع الحياة اليومية للطلاب.
 - ◀ إتاحة الفرصة أمام الطلبة لاستعمال التقويم الذاتي Self-Assessment وتقويم الأقران Peer Assessment من خلال تفعيل استعمال أساليب التعلم التعاوني والتواصل مع الآخرين.
 - ◀ مراعاة الفروق الفردية وإبراز مواهب الطلبة وإبداعاتهم، ومساعدة الطلبة من ذوي التحصيل المتدني بشكل خاص، في زيادة ثقتهم بأنفسهم وتزويدهم بفرص متعددة للتعبير عن أنفسهم وإظهار قدراتهم.
 - ◀ تشجيع الطالب على توظيف معارفه واستعمالها في مواقف حياتيه اجتماعية تحتاج إلى تفاعل اجتماعي، أو تواصل مع الآخرين، وتنمية الثقة بالنفس، والتعبير عن الذات.

- ◀ تحقيق التكامل بين جوانب التعلم المعرفية والوجدانية والمهارية.
- ◀ مساعدة المعلمين على الحصول على تغذية راجعة لمتابعة عملية التعليم والتعلم وتفعيل طرائق تحفيز الطلبة إلى التعلم.
- ◀ تشجيع الطلبة على المشاركة في الأنشطة الصفية وتغيير دورهم من المتلقي إلى المشارك الفاعل في عملية التعلم.
- ◀ إتاحة الفرصة لأولياء الأمور للتواصل الفعال مع المدرسة خصوصًا، فيما يتعلق بعمليات التعلم التي تحدث بالمدرسة، والتعرف على انطباعاتهم وآرائهم بمستوى تقدم أبنائهم الدراسي.

التقويم الختامي أو التحصيلي (الشامل) Summative Evaluation:

- ويتم في منتصف الفصل الدراسي أو نهاية الفصل الدراسي أو فترة معينة، ويهدف هذا النوع من التقويم إلى قياس حصيلة المعارف والكفايات التي اكتسبها المتعلمون ويتم فيه وضع التقديرات الكمية والنوعية، والحكم على مستوى المتعلمين، وبالتالي اتخاذ القرارات المناسبة بشأن تحصيلهم أو انتقالهم إلى مستوى أعلى. ومن أهم وظائفه:
- ◀ معرفة مدى تحقق الأهداف التربوية المنشودة، ومنه تحديد الأهداف التي تمَّ تحقيقها.
 - ◀ رصد نتائج المتعلمين، وإصدار أحكام النَّجاح أو الرَّسوب.
 - ◀ الحكم النهائي على مدى فعالية عناصر المنهاج (المعلم، والمتعلم، والطريقة، والوسيلة، والمحتوى...).
 - ◀ إمكانية المقارنة بين النتائج على مستوى الصف الواحد والتخصص الواحد، وبين نتائج صفين أو تخصصين.
 - ◀ ويستخدم هذا النوع من التقويم للكشف عن مدى التقدم أو النجاح الذي تحقق بالنسبة للأهداف الكلية للمواقف التعليمية.

ويتم تقويم الخبرات التي اكتسبها الطالب في مقررات العلوم التجارية بمرحلة التعليم الثانوي بتوظيف أساليب التقويم على النحو الآتي:

- ◀ **الملاحظة المنظمة:** ويقصد بها ملاحظة سلوك الطالب في المواقف التعليمية المختلفة، مثل: الانضباط الصفّي، التعاون مع الزملاء، والسلوك الأكاديمي.
- ◀ **المشروعات:** تساهم مشروعات العلوم التجارية في تنمية قدرات ومهارات الطالب للحصول على أفكار في الانخراط في السوق وتحقيق أهداف التنمية المستدامة.

◀ **التقارير:** تتناول التقارير في مقررات العلوم التجارية موضوعات متعددة، مثل: التعليق على فعالية ما، أو معالجة مشكلة محاسبية أو اقتصادية أو تجارية، أو أبداء الرأي حول قضية اقتصادية معاصرة، أو تحليل القوائم المالية لشركة لمشروع تجاري.

◀ الاختبارات القصيرة.

◀ **ملف أعمال الطالب:** هو تجميع هادف ومنظم لأعمال الطالب وإنجازاته الخاصة بالمادة الدراسية، خلال فترة زمنية محددة، بغرض توثيق مسيرة تعلمه وتقويم أدائه.

والمقصود بإنجاز الطالب: هو كل ما يقوم به من تكاليفات، وأعمال تحريرية، وأداءات مختلفة أثناء الحصة وخارجها، وكذلك إنتاجه وإسهاماته في الأنشطة والمشروعات الفردية والجماعية، التي يكلف بها في مجالات المادة الدراسية المختلفة، إضافة إلى مبادراته المرتبطة بتطور تعلمه في مجال معين. ويكون تقسيم الملف على النحو التالي:

١. التطبيقات: وهي النشاطات الشفوية أو التحريرية التي تعطى للطالب بقصد تقويمه تقويمًا تكوينيًا بنائياً في أجزاء من المقرر الدراسي، وقد يكون التطبيق في أثناء الموقف التعليمي أو في نهايته، أو في شكل وظيفة بيتية.
٢. الاختبارات القصيرة: وهي عبارة عن أسئلة تحريرية تُعطى للطلبة في أثناء الموقف التعليمي، في فترة زمنية قصيرة (١٠-١٥ دقيقة)؛ بهدف تقويم ما أتقنوه في جزء من المقرر الدراسي.
٣. التقارير: وهي أعمال كتابية يعدها الطالب في حدود ٢٠٠-٣٠٠ كلمة (صفحة إلى صفحتين)، ومن أمثلة التقارير التي يمكن أن يعدها الطلبة في المواد التجارية: التعليق على زيارة ميدانية، أو محاضرة، أو فيلم، أو برنامج حاسوب، أو برنامج إذاعي أو تلفزيوني.
٤. الأوراق البحثية: وهي دراسات يعدها الطالب بمفرده، ويوظف فيها خبراته في كتابة البحث، بحيث تعكس جهده الشخصي، تتراوح عدد كلماتها حوالي ١٠٠٠ كلمة (٥-٨ صفحات) ومن أمثلتها:
 - إبداء الرأي حول قضية اقتصادية معاصرة.
 - معالجة مشكلة اقتصادية.
 - تحليل القوائم المالية لمشروع ما.
٥. المشروعات: وهي أعمال بحثية منظمة ومتكاملة يعدها الطالب بمفرده أو بمشاركة عدد من زملائه الطلبة، ومن أمثلة المشروعات في المقررات التجارية:
 - تسجيل برنامج إذاعي أو تلفزيوني.
 - دراسة ميدانية لمشروع تجاري.
 - تصميم موقع تجاري على شبكة الإنترنت.

هياكل الدروس لمساقات المواد التجارية

التخطيط الدرسي:

التخطيط بصفة عامة أسلوب علمي تتخذ بمقتضاه التدابير العلمية لتحقيق أهداف معينة مستقبلية والتخطيط يعد من أهم العمليات في عملية التدريس، والذي يقوم به المدرس قبل مواجهة طلابه في الفصل، حيث يقوم بصياغة مخطط عمل لتنفيذ التدريس، سواء أكان طوال السنة أو لنصف السنة أو لشهر أو ليوم.

لقد تعددت تعريفات التخطيط الدرسي، واختلف الباحثون والمعنيون بعملية التعليم والتعلم في وضع تعريف جامع ومانع لعملية التخطيط للدرس، ويمكنني أن أخص التعريفات التي أطلقت على التخطيط للدرس بما يلي: «إن التخطيط الدرسي هو مجموعة الخطوات والإجراءات والتدابير التي يتخذها ويحددها المعلم مسبقاً قبل تنفيذه لدرسه، ويتخيل المعلم مسبقاً هنا كافة أركان الموقف التعليمي ويتدرب عليه مسبقاً من أجل ضمان تحقيق تدريس أفضل وتعلم أجود».

وهكذا نرى أن التخطيط للدرس هو بمثابة إعداد مسبق، يتم قبل تنفيذ الدرس، فلا تدريس دون تخطيط مسبق، وتعد عملية التخطيط في مجملها عملية تنبؤية؛ حيث يتنبأ المعلم ويتخيل الموقف الصفّي الذي سيقوم بالتدريس من خلاله، ويتوقع سير الأنشطة وتسلسل الإجراءات وكافة العمليات الأخرى المرتبطة بإكساب طلابه المعارف والمفاهيم والخبرات والنظريات والقواعد والقيم وغيرها.

وتعد عملية التخطيط الجيد للدرس عملية شاملة ومتكاملة تشتمل على جميع التدابير اللازمة، مثل: التدابير التي تتعلق بالأهداف وكيفية صياغتها، وكذلك التدابير التي تتعلق باختيار الأنشطة والتدريبات والمحتوى الملائم لطبيعة الطلاب ولتحقيق الأهداف المنشودة، وأيضاً التدابير المتعلقة بتوفير وإعداد الوسائل والمواد التعليمية المختلفة، وكذلك التدابير المتعلقة باستراتيجيات التدريس وأدوات التقويم المختلفة وغير ذلك من أمور مهمة تشتمل عليها عمليات التخطيط المسبق للتدريس.

ولكي ينجح المعلم في عملية التخطيط الفعال لتدريسه يجب عليه أن يكون ملماً وواعياً ببعض المتطلبات الضرورية، ومنها: معرفة طلابه جيداً، وذلك من خلال حصوله على المعلومات والبيانات المختلفة المتعلقة بهم في العديد من

الجوانب، وأيضًا من خلال معرفة خبراتهم السابقة وأنماط تعلمهم، وأنماط ذكائهم، فهذه الأمور من شأنها أن تساعد المعلم في عمليات تخطيطه للتدريس بصورة فعالة وإيجابية، وأيضًا من المتطلبات المهمة الأخرى أن يكون المعلم ملماً وواعيًا بمادة تدريسه، فعليه أن يقوم بتحليل مادة تدريسه إلى ما تتضمنه من معلومات ومفاهيم ومصطلحات وتعميمات ومبادئ ومهارات وقيم واتجاهات وغير ذلك، فهذه الأمور تساعد المعلم بشكل رئيس في تحديد الأهداف التربوية المنشودة من عمليات التدريس وكذلك تحقيقها بصورة سليمة، وبالإضافة إلى ما سبق فإنه من الضروري ومن المهم أن يكون المعلم على دراية كاملة بطبيعة البيئة الصفية التي سيقوم بالتدريس فيها، فهو هنا في حاجة لمعرفة حجم حجرات الدراسة وأعداد طلابه والإمكانات المادية والتكنولوجية والتسهيلات المتاحة له أثناء تنفيذ دروسه لطلابه. وبالإضافة لما سبق فإنه من المهم أيضًا أن يكون المعلم على دراية كافية بأهداف التربية وفلسفة التعليم وأهداف وطبيعة المرحلة التعليمية التي يقوم بالتدريس فيها وأهداف المنهج الدراسي والطلاب أنفسهم، فكل هذا من شأنه أن يعزز إمكانيات المعلم وقدراته في عمليات التخطيط لدروسه، ويجعله ثابتًا ومتمكنًا من تنفيذ ما خطط له داخل الصف مع طلابه.

أهمية التخطيط الدرسي:

أجمع التربويون على أن للتخطيط الدرسي أهمية بالغة الدقة، وهو خطوة لا بد من القيام بها بإتقان من أجل إحراز النجاح، وذلك لأن التخطيط:

1. يستبعد سمات الارتجالية والعشوائية التي تحيط بمهام المعلم، ويحول عمل المعلم إلى نسق من الخطوات المنظمة المترابطة المصممة لتحقيق أهداف جزئية ضمن إطار أشمل لأهداف التعليم.
2. خريطة تنفيذية ضابطة تضع المعلم أمام مهام وإجراءات منهجية مدروسة، يتوقع بعد تنفيذها تحقيق النواتج المستهدفة. فهي بهذا تضمن صحة المسار وحدوده الزمنية، حيث تمكن المعلم من القيام بالاستراتيجيات التعليمية التي رسمها، وتنفيذ أدوات التقويم اللازمة، واستعمال الوسائط المساعدة، وتجعله أقوى ثقة بنفسه لما قام به من اطلاع على محتوى الموضوع المطروق بما يتضمنه من الخبرات والمهارات الواجب إكسابها للمتعلم.
3. ضمانة لتحديد الحاجات التعليمية للمتعلمين تبعًا لتصنيفهم حسب مستوياتهم، مما يحقق مراعاة الفروق الفردية بين الطلبة.
4. إفادة من التغذية الراجعة التي توفرها إجراءات التقويم البنائية والوقفات التأملية لتطوير المسار.

٥. تنمية مهنية مستمرة، حيث يقف المعلم على أهم المستجدات في الموضوع الذي يخطط له مما يجعله أكثر إلمامًا بالمادة العلمية.
٦. مساهمة من قبل المعلم في تطوير المناهج؛ ذلك أن التخطيط الدراسي يسبقه تحليل المنهج بصورة كلية، وتحديد الاستراتيجيات الكفيلة بتنفيذه، وتعرّف للمواد والوسائل اللازمة لذلك.
٧. يمكن المعلم من تحديد مقدار المادة الذي يحقق الهدف، ويناسب زمن الحصة، ويلائم صعوبة المادة أو سهولتها.
٨. يعتمد عليها الموجهون والإداريون في متابعة المعلم وتقويمه.

لذا على المعلم أن يولي التخطيط الدراسي عناية فائقة، ومن المفيد جدًا في هذا الصدد، وقبل البدء في الإعداد أن يتفكر المعلم في الخطوات الآتية:

١. أن يحدد الأفكار الرئيسية والمعلومات الجديدة التي يشتمل عليها الدرس.
٢. أن يحدد العلاقة بين المعلومات التي يشتمل عليها الدرس وبين معلومات أخرى وردت في دروس سابقة.
٣. أن يحدد القيم التي انبثقت عن موضوع الدرس.
٤. أن يحدد المهارات التي ينبغي عليه ملاحظتها وتنميتها أثناء الحصة.
٥. أن يصوغ كل هذه الأمور في أهداف سلوكية مناسبة.
٦. أن يحدد الطريقة أو الخطة المناسبة التي سيتبعها لإثارة اهتمام طلابه وجعلهم يقبلون على الدرس بشغف.
٧. أن يحدد وسائل الإيضاح التي تلزمه في الدرس.
٨. أن يحدد الأسئلة السابرة وأساليب التقويم المناسبة.
٩. أن يحدد الزمن الذي سيحتاج إليه لتحقيق أهدافه.
١٠. أن يحدد الواجبات اليومية التي سيكلف الطلاب بتنفيذها.

خطوات كتابة التخطيط الدراسي:

تختلف طبيعة التخطيط الدراسي شكلاً ومضموناً تبعاً لنوع التخطيط المراد إنشاؤه (سنوي - فصلي - وحدة دراسية - حصة دراسية)، وما سنتناوله هنا هو تخطيط الحصة الدراسية. وجدير بالذكر أن التخطيط الدراسي

وثيقة نظري مختصر لما يراد تنفيذه في الحصة الدراسية، وباعتماد النموذج الوارد أعلاه من المفيد للزميل المعلم مراعاة الخطوات والموجهات الآتية عند كتابة التخطيط الدراسي:

١. هوية التخطيط الدراسي هي بياناته التعريفية المحددة؛ لذا فإن تدوينها هام جداً، لتتبع مسار ما أنجزه المعلم والمتعلم.

٢. الموارد والمصادر/تطبيقات وبرمجيات الإلكترونية: يحدد المعلم نوع المصادر البرامج المستعملة في تنفيذ الحصة مثل السبورة، السبورة التفاعلية، أوراق عمل، عرض تقديمي، ... وغيرها.

٣. المواطنة والقيم الإسلامية: يحدد المعلم القيم المكتسبة من الدرس في هذا البند.

٤. نشاط استهلالي (التهيئة الحافزة):

• هي المدخل الأساس لولوج أي حصة دراسية، ومن المفيد التفريق بينها وبين تقويم التعلّم القبلي، فتدوينه وتنفيذه يكون مجدياً ومندرجاً تحت التهيئة الحافزة إذ كان بناء الخبرة الجديدة يرتكز بقوة على استدعاء الخبرة السابقة لدى المتعلمين، وغالباً ما يكون هذا وارداً في بناء المفاهيم الاقتصادية والمحاسبية، وفي حالات ارتباط ناتجين ببعضهما، أو عدم إتمام إنجاز المرسوم تحقيقه في الحصة السابقة، إذ ليس بالضرورة - على الدوام - وجود صلة وثيقة بين موضوعين متتاليين.

• ومن الضروري أن يكون النشاط الاستهلالي جاذب، وثيق الصلة بالموضوع المطروح، ويستحسن أن يكون المتعلم طرفاً فاعلاً فيها، تدوّن - بكلمات مختصرة - في الحيز المخصص لها. مثال: قيام الطلاب بتمثيل أدوار مسرحية حوارية، عرض مشهد (مقطع من فلم)، خبر من جريدة محلية، استثمار المثير المرئي في الكتاب المدرسي، مثل الصور والعبارات.

٥. أهداف التعلّم (نواتج التعلّم): محور التخطيط الدراسي وجوهره المستهدف من الموقف التعليمي التعلّمي، ويدوّن الناتج كما ورد في رأس الموضوع من الكتاب المدرسي المقرر.

٦. الزمن: من الضروري أن يزن المعلم في تخطيطه الدراسي وأنشطته بحيث يوزع زمن الحصة توزيعاً لا يطغى فيه هدف على هدف ولا نشاطاً على نشاط، فالسيطرة على الزمن كفاية من كفايات المعلم الناجح.

٧. الإجراءات والوسائل التعليمية:

• دور المعلم: يدوّن في هذا الحقل - باختصار - التعليمات والتوجيهات والمبادرات والفعاليات التي سيكلف بها المعلم المتعلمين (الطلاب) أو سيقوم بها.

• دور المتعلم (الطالب): يدوّن في هذا الحقل - باختصار - كل ما سيقوم به المتعلم من استجابات وفعاليات ومبادرات. ويتم اختيار الاستراتيجيات التعليمية التعلّمية من (طرائق التدريس) المشار إليها أسفل التخطيط الدراسي.

٨. التقييم من أجل التعلم: يدوّن في هذا الحقل - باختصار - آليات التقويم وأدواته.

٩. خاتمة الدرس: وهو نشاط مخطط له، ينفذه جميع الطلبة في نهاية الدرس لتلخيص ما تعلموه والرجوع إلى أهداف الدرس والتأمل فيما حققوه والتفكير في الكيفية التي عملوا بها. ولخاتمة الدرس أهمية للطلاب حيث: تساعد الطالب على تذكر ما تم تعلمه، وتربط الطالب بأهداف الدرس، وتعزز دافعية الطالب والإحساس بالإنجاز. وأهمية للمعلم: تساعد على تقويم تعلم الطلاب، وتقوده إلى التخطيط لتعلم أعمق، وفرصة للتأمل في فاعلية عملية التدريس.

١٠. وقفة تأملية: من الضروري أن يفرد المعلم في تخطيطه مكاناً للملاحظات يمكن أن يستغله في تسجيل المواقف الجديدة التي يواجهها، أو الصعوبات والمعوقات التي حالت دون تحقيق الأهداف. كذلك يحدد في حقلها ما إذا حقق الأهداف بنجاح، أو يتطلب الدرس تغيير استراتيجية التعليم، أو يحتاج إلى تغيير نوع الأنشطة، أو أنه يحتاج إلى المزيد من الأنشطة التعزيزية والعلاجية.

١١. أساليب التقييم من أجل التعلم: يحدد في هذا الحقل نوع الأساليب مثل: الأسئلة الصفية، والتغذية الراجعة، والتقييم الذاتي، أو تقييم الأقران وغيرها.

١٢. مهارات القرن الـ ٢١: يحدد المعلم المهارات المتبعة في تنفيذ الدرس وقد تم ذكر المهارات سابقاً في هذا الإطار.

١٣. استراتيجيات التعليم والتعلم: يحدد المعلم الاستراتيجية المتبعة في الحصة الدراسية والتي سوف نتطرق إليها في الصفحات التالية.

١٤. استراتيجيات التعليم المتميز: يحدد المعلم استراتيجيات التعليم المتميز المتبعة في الحصة الدراسية والتي سوف نتطرق إليها في الصفحات اللاحقة.

نموذج التخطيط الدرسي:

| | | | |
|--|--|--|-------------|
| | | | المقرر/رمزه |
| | | | الصف |
| | | | اليوم |
| | | | التاريخ |
| | | | الحصة |

| | |
|--------------|------------------|
| عنوان الدرس: | الوحدة الدراسية: |
|--------------|------------------|

| | |
|---|---------------------------|
| <input type="checkbox"/> الكتاب المدرسي <input type="checkbox"/> السبورة <input type="checkbox"/> ورقة عمل <input type="checkbox"/> أوراق ملونة <input type="checkbox"/> عرض تقديمي <input type="checkbox"/> أخرى: | المواد والأدوات |
| | ربط المنهج |
| | المواطنة والقيم الإسلامية |

| | |
|-------------------|-------|
| النشاط الاستهلاكي | |
| | الزمن |

| الزمن | أهداف التعلّم | استراتيجيات التعليم والتعلم | الإجراءات | التقييم من أجل التعلّم |
|-------|---------------|-----------------------------|-----------|------------------------|
| | | | | |
| | | | | |
| | | | | |

| | | | |
|--|--|---------|--|
| | | الخاتمة | |
| | | الزمن | |

| | | | |
|--|--|--|--|
| | | دعم الفئات التحصيلية | |
| | | الأنشطة الإثرائية | |
| | | سؤال التحدي | |
| | | <input type="checkbox"/> تحققت الأهداف بنجاح <input type="checkbox"/> يتطلب الدرس تغيير استراتيجيات التعليم <input type="checkbox"/> يحتاج الدرس إلى تغيير نوعية الأنشطة <input type="checkbox"/> أخرى: | |

| | | | | |
|---|---|--|---|---------------------|
|  القيادة وصنع القرار <input type="checkbox"/> |  الإبداع وحل المشكلات <input type="checkbox"/> |  التواصل والعمل الجماعي <input type="checkbox"/> |  التفكير الناقد <input type="checkbox"/> | مهارات القرن الـ ٢١ |
|  التمكن اللغوي <input type="checkbox"/> |  الثقافة التكنولوجية <input type="checkbox"/> |  الريادة والمبادرة <input type="checkbox"/> |  المواطنة المحلية والعالمية <input type="checkbox"/> | |

| | | | |
|---|--|---|-----------------------------|
| <input type="checkbox"/> فكر - زوج - شارك | <input type="checkbox"/> الحوار والمناقشة | <input type="checkbox"/> التعلم التعاوني | استراتيجيات التعليم والتعلم |
| <input type="checkbox"/> العصف الذهني | <input type="checkbox"/> دورة التعلم | <input type="checkbox"/> الاستقصاء | |
| <input type="checkbox"/> اللعب بالأدوار | <input type="checkbox"/> التعلم الإلكتروني | <input type="checkbox"/> التفكير الناقد | |
| <input type="checkbox"/> أخرى: | <input type="checkbox"/> التعلم الذاتي | <input type="checkbox"/> التدريس بالمشروع | |

| | | | | |
|--------------------------------------|--|---|--|---------------------|
| <input type="checkbox"/> عقود التعلم | <input type="checkbox"/> قائمة الطعام | <input type="checkbox"/> صنع المكعب | <input type="checkbox"/> المجموعات المرنة | استراتيجيات التمايز |
| <input type="checkbox"/> أخرى: | <input type="checkbox"/> الأنشطة الثابتة | <input type="checkbox"/> الأنشطة المتدرجة | <input type="checkbox"/> المحطات التعليمية | |

الإطار التطبيقي للدليل المعلم

سوق ٢٠١١

ملكة البحرين
وزارة التربية والتعليم
ادارة المناهج



التسويق للمرحلة الثانوية



MARKETING

٢٠١٠
البحرين
BAHRAIN

الأهداف العامة لمقرر التسويق (سوق ٣٢١)

يدرّس المساق لطلبة المستوى لطلبة المستوى الثاني والثالث في الفصل الدراسي من الثالث إلى الخامس، حيث يتضمن المساق دراسة مفهوم السوق ومضامينه الاقتصادية، والمفاهيم والقضايا الأساسية بالتسويق، ودراسة سلوك المستهلك، وطرق تسعير السلع والخدمات، وتخطيط السوق وتنظيمه، ودراسة مبادئ الترويج والإعلان وفن البيع.

يهدف المساق إلى تزويد الطالب بالمعلومات والمهارات اللازمة ليكون قادرًا على أن:

- ◀ تعرّف مفهوم التسويق ومضامينه الاقتصادية.
- ◀ تعرّف عملية التخطيط التسويقي وتنظيمه وضبطه.
- ◀ تحليل الأجواء التسويقية وتجزئة السوق.
- ◀ تعرّف سلوك المستهلك ودوافع المشتري.
- ◀ تزويد الطالب بالمصطلحات الآتية: السلع والخدمات.
- ◀ تزويد الطالب بالمفاهيم الأساسية المتعلقة بتخطيط المنتج.
- ◀ التمييز بين الأساليب المختلفة لتسعير السلع والخدمات.
- ◀ مقارنة أسواق التوزيع بحسب طبيعة السلع والخدمات.
- ◀ تمكين الطالب من معرفة الترويج؛ وأثر تقنية المعلومات في التسويق.

الخطة الزمنية لمقرر التسويق (سوق ٣٢١)

| المتطلبات السابقة | نوع المساق | عدد الساعات المعتمدة | رمز المساق | أسم المساق |
|-------------------|------------------|-------------------------|------------|------------|
| - | اختياري غير ملزم | ٢ | سوق ٣٢١ | التسويق |

| الدرجة | التقويم التكويني | | عدد الأسابيع | الصفحات | الموضوعات المقررة | الفصل | الوحدة |
|--------------------------|------------------|-----------------------|-----------------------|--------------------|--|-------|--------|
| | المعدل | النوع | | | | | |
| متوسط أعلى وقفتين ١٢=١٢× | ١٠ | اختبار تحريري | ٤ | ٤٢-١ | المفاهيم والقضايا الأساسية بالتسويق | ٤-١ | ١ |
| | ١٠ | اختبار تحريري | ٣ | ٦٥-٤٤ | دراسة سلوك المستهلك | ٧-٥ | ٢ |
| | ١٠ | اختبار تحريري | ٧ | ١٢٢-٦٧ | المزيج التسويقي | ١٥-٨ | ٣ |
| | - | - | ١ | مراجعة عامة للمقرر | | | |
| ٥ | ٣ | إعداد تقرير | تقرير | | | | |
| | ٢ | عرض تقرير | | | | | |
| ٨ | ٢ | الانضباط | ملاحظة السلوك الطلابي | | | | |
| | ٢ | التعاون مع الزملاء | | | | | |
| | ٤ | السلوك الأكاديمي | | | | | |
| ٥ | ٥ | ملف أعمال الطالب | | | | | |
| ٣٠ | المجموع | | | | | | |

| | |
|-----------------|----------------------------------|
| الطبعة المعتمدة | : الأولى ٢٠١٠م. |
| امتحان المنتصف | : الوحدة الأولى والوحدة الثانية. |

الدرس الأول:

المدخل إلى التسويق

أهداف الدرس

يُتَوَقَّع من الطالب بعد الانتهاء من هذا الدرس أن:

١. يعرف مفهوم التسويق ومرتكزاتها.
٢. يحل مسائل على القيمة المضافة.
٣. يفرق بين التسويق ومفهوم البيع.
٤. يفسر معنى المزيج التسويقي.
٥. يحدد أهمية التسويق.

الدرس النموذجي



المواد والأدوات اللازمة:

السبورة – أقلام - الكتاب المدرسي –البوربوينت
- الإنترنت، اللابتوب - جهاز عرض البيانات
(Data Show).

استراتيجيات التعلم والتعليم:

- استراتيجية العصف الذهني
- استراتيجية المناقشة والحوار
- استراتيجية فكر – زوج – شارك

مهارات القرن الـ 21:

- التفكير الناقد
- التواصل والعمل الجماعي

المواطنة والقيم الإسلامية:

- تعزيز ابعاد الهوية الوطنية
- احترام العمل وجودة الإنتاج
- التنمية المستدامة

ربط المنهج:

- الربط الأفقي: الحياة العملية
- الربط العمود: الثقافة التجارية (ثقف ١٠١)
- مقدمة في الإدارة المكتبية (ادر ١١١)

المفردات الأساسية:

- التسويق
- القيمة المضافة
- البيع
- المزيج التسويقي

التهيئة (النشاط الاستهلاكي):

- ابدأ الدرس بوصف موجز للتسويق. اطلب من الطلاب التفكير في عملية شراء قاموا بها مؤخراً أو ربما منتج من الملابس التي يرتدونها. اكتب على السبورة الأسئلة التالية:
 - أين وجدت هذا المنتج؟
 - كيف تم تقديمه؟
 - ما الذي جعلك ترغب في شرائه؟
- كلف الطلاب بتدوين الإجابات ومناقشتها مع زملائهم.
- سيقوم المعلم في النهاية بالمتابعة مع الطلاب من خلال عرض الموضوع بواسطة شرائح الدرس.

استراتيجية التعليم والتعلم: المناقشة والحوار
استراتيجية التقييم من أجل التعلم: كرة الثلج
- التعلم التعاوني



محتوى الدرس ومقترحات لتنفيذه:

يَتَوَقَّع من الطالب بعد الانتهاء من هذا الدرس أن يعرف مفهوم التسويق خلال 5 دقائق.

- دور المعلم: عرض مجموعة من الصور لبعض الإعلانات والعروض الترويجية والتخفيضات ليستنتج الطالب مفهوم التسويق. اكتب على السبورة الأسئلة التالية:
 - ما العروض الترويجية التي شاهدتها مؤخراً؟
 - اذكر عروضاً ترويجية اعجبت بطريقة عرضها، واثّر فيك لشراء المنتج المعروض؟
 - هل تؤثر الإعلانات الترويجية في وجهة نظرك نسبة الشراء للمستهلكين؟ ولماذا؟

- بعد ذلك، يتم تقسيم الفصل إلى 5-6 مجموعات، ويوزع على كل مجموعة بطاقات مكتوب عليها جزء من التعريف ليقوم الطالب بتركيب الجمل واستنتاج تعريف التسويق.
- دور الطالب: يجيب الطالب على سؤال المعلم من خلال استنتاجه لتعريف التسويق.
- سيقوم المعلم في النهاية بالمتابعة مع الطلاب من خلال عرض الموضوع بواسطة شرائح الدرس.

السؤال: رتب البطاقات التي امامك لتكوين مفهوم للتسويق:

إيجاد المستهلك - وصولاً لتحقيق الرضا - هو نشاط حيوي - وبالتالي الولاء - وفق أدق المواصفات - وتلبية حاجاته - يسعى إلى.

[الفصل الأول - المنفذ إلى التسويق]

أولاً- ما المقصود بالتسويق؟

التسويق شأنه شأن النشاطات الديناميكية المتعددة يصعب تعريفه في إطار ضيق، لأنه يتضمن وظائف متنوعة، ومتداخلة، ومتشعبة يتعذر حصرها في إطار محدد، وإلا فقد أهميته وجوهره. ولتوضيح مفهوم التسويق اجتهد بعض الأكاديميين والاقتصاديين في تعريفه وفيما يأتي بعض هذه التعريفات:

1- ترى جمعية التسويق الأمريكية American Marketing Association أن التسويق هو " ممارسة أنشطة الأعمال الخاصة بتوجيه تدفق السلع والخدمات من المنتج إلى المستهلك أو المستخدم، وقد أعادت الجمعية المذكورة النظر في هذا التعريف، حيث ورد في آخر إصدار لها أن التسويق هو "عملية تنظيمية تنطوي على تخطيط نشاطات مدروسة وتنفيذها ومراقبتها في مجالات خلق، وتسعير، وترويج، وتوزيع الأفكار والسلع والخدمات، من خلال عمليات تبادل، من شأنها خدمة أهداف المنظمة والفرد".

2- والتسويق يعرف أيضاً بأنه نشاط حيوي يسعى إلى " إيجاد المستهلك وتلبية حاجاته وفق أدق المواصفات وصولاً لتحقيق الرضا وبالتالي الولاء".

تنظر الفلسفة الحديثة للتسويق إلى أن الربح واستمراره يرتبطان بمدى إشباع حاجات المستهلكين وتحقيق رغباتهم وتوفير السلع الجديدة والمتطورة لهم. لذلك يركز مفهوم التسويق الحديث على الفكرة القائلة بضرورة تعظيم الأرباح على المدى الطويل، وفي الوقت نفسه بتكامل النشاط.

التسويق مع جهود الإدارات الأخرى في المؤسسة، وسعيهم جميعاً إلى تلبية حاجات الزبائن ورغباتهم وكسب رضاهم.

ويتكون هذا المفهوم من ثلاثة عناصر أساسية كما يوضحها الشكل الآتي:

- سيقوم المعلم في النهاية بالمتابعة مع الطلاب من خلال عرض الموضوع بواسطة شرائح الدرس.

السؤال:

وزارة التربية والتعليم
Ministry of Education

القيمة المضافة

القيمة المضافة: هي القيمة التي يضيفها التسويق إلى أي سلعة بحيث يصبح سعر السلعة أعلى بكثير من سعر مكوناتها المادية.

مثال: لو نظرنا إلى سعر سيارة BMW الأصلي بناءً على مكوناتها المادية من جسم السيارة والمحرك وغيرها نجد أن السعر يقارب الـ 50000 دينار بحريني ولكن التسويق التجاري قام من خلال الإعلانات والحملات التسويقية بإضافة قيمة لعلامة الـ BMW نفسها تتعلق بالرفاهية، والأمان والفضامة فأصبحت السيارة من خلال هذه القيمة تباع بسعر 100000 دينار بحريني.

الوزارة التربية والتعليم - الفصل الدراسي الثاني 2021-2020 م
سوق 321
التسويق
الوحدة الأولى
الفصل الأول: المدخل إلى التسويق

- استراتيجية التعليم والتعلم: فكر زوج شارك
- استراتيجية التقييم من أجل التعلم: قائمة الأسماء - اعود المثلجات



يُتَوَقَّع من الطالب بعد الانتهاء من هذا الدرس أن يفرق بين مفهوم التسويق والبيع خلال ١٠ دقائق.

- دور المعلم: يطرح المعلم سؤالاً يتعلق بالهدف الثالث.
- دور الطالب: كل طالب مع زميلة، يجب أن يفكر الطلاب أولاً ثم يكتبوا الإجابات بأنفسهم في غضون فترة زمنية محددة (دقيقتان).
- سيقوم المعلم في النهاية بالمتابعة مع الطلاب من خلال عرض الموضوع بواسطة شرائح الدرس.

السؤال:

صحح الجمل التالية:

١. يركز التسويق على احتياجات الشركة (السلعة أو الخدمة).
٢. يركز البيع على احتياجات المستهلك (السوق).

استراتيجية التعليم والتعلم: العصف الذهني
استراتيجية التقييم من أجل التعلم: التعلم التعاوني



يُتَوَقَّع من الطالب بعد الانتهاء من هذا الدرس أن يحل مسائل على القيمة المضافة خلال ٥ دقائق.

[الفصل الأول - المدخل إلى التسويق]

ما هي القيمة المضافة؟ ما هي الصورة الذهنية؟

القيمة المضافة: هي القيمة التي يضيفها التسويق إلى أية سلعة بحيث يصبح سعر السلعة أعلى بكثير من سعر مكوناتها المادية.

فمثلاً: لو نظرنا إلى سعر السيارة الـ BMW الأصلي بناءً على مكوناتها المادية من جسم السيارة والمحرك وغيرها نجد أن السعر يقارب الـ ٥٠٠٠٠ دينار بحريني ولكن التسويق التجاري قام من خلال الإعلانات والحملات التسويقية بإضافة قيمة لعلامة الـ BMW نفسها تتعلق بالرفاهية، والأمان والفضامة فأصبحت السيارة من خلال هذه القيمة تباع بسعر ١٠٠٠٠٠ دينار بحريني.

٥. التركيز في حاجات المستهلك من خلال أساليب التسويق التكاملي، بمعنى حشد إمكانيات التسويق كافة؛ لتلبية حاجات المستهلك بعد تحديدها وتشخيصها.

٦. إنشاء وحدات أو أقسام أو إدارات مسؤولة كاملة عن أداء جميع الوظائف التسويقية في الشركة.

وعلى هذا الأساس، فإن هذا المفهوم يتحيز للمستهلك، بل هو في واقعه وأدائه موجه أساساً للمستهلك باعتباره محور العملية التسويقية ومحركها الرئيسي.

- دور المعلم: يعرض المعلم سؤال عن القيمة المضافة من خلال الدرس الإلكتروني النموذجي على البوابة التعليمية.
- دور الطالب: حل ومناقشة المسألة مع زميلة.

– هل ستدفع طواعية أكثر مقابل منتج أو خدمة؟

بعد ذلك، اكتب الكلمتين "مكان" و "ترويج" على السبورة، وناقش المعلومات مع الطلبة المعلومات التالية:

هل سبق لك أن سمعت شعار "الموقع - الموقع - الموقع"؟

– لماذا الموقع مهم في التسويق؟

– هل سبق لك أن تم تشجيعك على شراء شيء ما بسبب موقعه؟

– كيف تعتقد أن الإنترنت قد يؤثر على هذا؟

– كيف تعتقد أن شركات التسويق تجمع كل

هذا معًا من أجل الترويج لمنتج أو تسويقه؟

٣. يهتم التسويق بالاهتمام أولاً بإنتاج السلعة ثم التفكير في كيفية بيعها وتحقيق الربح.

٤. يحدد البيع حاجات المستهلك أولاً، ثم يترجمها إلى سلع وخدمات؛ ليحقق المشروع أرباحًا مناسبة.

استراتيجية التعليم والتعلم: العصف الذهني



استراتيجية التقييم من أجل التعلم: قائمة

الأسماء – اعواد المثلجات

| الفرق بين التسويق والبيع | |
|---|---|
| البيع | التسويق |
| يركز في احتياجات الشركة (السلعة أو الخدمة). | يركز في احتياجات المستهلك (السوق). |
| يحدد حاجات المستهلك أولاً، ثم يترجمها إلى سلع وخدمات، بهدف تحقيق الربح. | يحدد حاجات المستهلك أولاً، ثم يترجمها إلى سلع وخدمات، بهدف تحقيق الربح. |

وزارة التربية والتعليم – الفصل الدراسي الثاني 2020-2021 م
سوق 321 التسويق الوحدة الأولى: المدخل إلى التسويق

[الفصل الأول - المدخل إلى التسويق]

ثالثاً. الفرق بين التسويق والبيع

| البيع (المفهوم التقليدي للتسويق) | التسويق |
|---|---|
| يركز في احتياجات الشركة (السلعة أو الخدمة). | يركز في احتياجات المستهلك (السوق). |
| يحدد حاجات المستهلك أولاً، ثم يترجمها إلى سلع أو خدمات، بهدف تحقيق الربح. | يحدد حاجات المستهلك أولاً، ثم يترجمها إلى سلع أو خدمات، ليحقق المشروع من ورائها أرباحاً مناسبة. |

رابعاً. المزيج التسويقي وعناصره الأساسية



تبرز أهمية مهارة مدير التسويق في اتخاذ الخطوات اللازمة لإشباع حاجات المستهلكين الحاليين والمرتقبين أو المحتملين ورغباتهم. ومن أول مهام مدير التسويق في هذه المرحلة أن يكون قادر على اتخاذ قرارات من شأنها الوصول إلى السوق واستهدافها من خلال برنامج تسويقي متكامل، وذلك باستعمال تركيبة مؤلفة من أدوات يطلق عليها عناصر المزيج التسويقي (Marketing Mix)، وهي أدوات تم تحديدها بأربعة عناصر (4P's) وهي:

- أ. المنتج Product
- ب. السعر Price
- ج. التوزيع (المكان) Place
- د. الترويج Promotion

يُتَوَقَّع من الطالب بعد الانتهاء من هذا الدرس أن يفسر معنى المزيج التسويقي خلال ١٠ دقائق.

• دور المعلم: ابدأ بسؤال الطلبة ما العناصر الأربعة للتسويق؟ اكتب الكلمتين "المنتج" و "السعر" على السبورة، واطرح الاسئلة التالية:

– كيف تعتقد أن الشركات تبتكر منتجاً تريد بيعه؟

– ما العوامل التي تؤثر في تحديد المنتج السعر؟

– هل تعتقد أنه من الأفضل تحديد طلب

موجود في السوق أو إنشاء طلب جديد؟

– ما تأثير السعر على كيفية تحديد المنتج؟

– ما تأثير ذلك على كيفية تسويق المنتج؟

- دور الطالب: متابعة الطالب في التوضيح والمناقشة.
- سيقوم المعلم في النهاية بالمتابعة مع الطلاب من خلال عرض الموضوع بواسطة شرائح الدرس.

- دور الطالب: متابعة الطالب في التوضيح والمناقشة.
- سيقوم المعلم في النهاية بالمتابعة مع الطلاب من خلال عرض الموضوع بواسطة شرائح الدرس.

السؤال: ما المقصود بالمزيج التسويقي؟

السؤال: اذكر أهمية التسويق للمنظمات.

تنمية قيم المواطنة الصالحة التي تقوم على احترام وحب العمل والعمل الجماعي والتنمية المستدامة.



استراتيجية التعليم والتعلم: العصف الذهني
استراتيجية التقييم من أجل التعلم: قائمة الأسماء - اعود المثلجات



يجب اتباع خطة التعليم الفردي لجميع طلاب التربية الخاصة. قد تشمل المتابعة، على سبيل المثال لا الحصر:
- التحقق من الفهم
- تقديم المساعدة في تدوين الملاحظات
- إتاحة وقت إضافي للإنجاز



خاتمة الدرس:

- مراجعة المصطلحات والتعريفات والأهداف.
- في نهاية الدرس، ا طرح على الطلاب الأسئلة التالية لقياس مدى فهمهم للدرس: ••
أ. (.....) وضح المقصود بمفهوم التسويق.

يُتَوَقَّع من الطالب بعد الانتهاء من هذا الدرس أن يحدد أهمية التسويق خلال ١٠ دقائق.

- دور المعلم: الاستعانة بالكتاب المدرسي أو شرائح الدرس المرفق للتعرف على أهمية التسويق، ثم يوجه المعلم سؤال للطلبة لتوضيح التسويق للمنظمات.

[الفصل الأول - المنفذ إلى التسويق]

وهو المزيج الرباعي الذي غالباً ما يعتمد لتسويق السلع المادية. أما عناصر المزيج التسويقي في الخدمات فهي سبعة، بإجماع خبراء تسويق الخدمات (Services Marketing)، إذ تضاف ثلاثة عناصر أخرى للعناصر الأربعة المذكورة، وهذه العناصر الثلاثة هي:

| | |
|--------------------|----------------------|
| الأفراد | People |
| البيئة المادية | Physical Environment |
| عملية تقديم الخدمة | Process |

خامساً- أهمية التسويق

يتضح مما سبق ذكره في هذا الفصل التمهيدي أن التسويق كمفهوم وفلسفة وممارسة، لم يعد مجرد نشاط من نشاطات منشآت الأعمال التقليدية، وإنما أصبح يحتل مكان بارزاً في المجال الاقتصادي في أي مجتمع، ويندر أن نجد نشاطاً إبداعياً وابتكاراً لا يشكل التسويق شريكه الحيوي. ويمكن إيجاز أهمية التسويق في الآتي:

1. ساهم المفهوم الحديث للتسويق في مساعدة الشركات والمنظمات على اختلاف أنواعها على إعادة النظر في؛ توجهاتها التسويقية لتتحول من مجرد التركيز في المنتج أو الإنتاج.
2. ساهم التسويق كممارسة في رفع المستوى المعيشي للأفراد؛ والوصول بهم إلى درجات عالية من الرفاهية الاقتصادية.
3. العمل على إنعاش التجارة الداخلية والخارجية.
4. يقوم التسويق بتعريف المستهلكين بالمنتجات المتوافرة والمطورة في السوق.
5. توعية المستهلك (من خلال وسائل الترويج المختلفة) بالحقائق والمعلومات المتعلقة بالأسواق والمنتجات والمستهلكين الآخرين.
6. يؤدي نجاح النشاط التسويقي في الشركة إلى تحسين كفاءتها الإنتاجية وتعزيزها، وبالتالي توسعها واستمرار بقائها في السوق.
7. كما ينظر للتسويق على أنه حلقة الوصل بين إدارة الشركة والمجتمع.

٧

- ب. (.....) قارن بيع مفهومي التسويق والبيع.
- ج. (.....) احسب القيمة المضافة لسيارة BMW إذا علمت أن قيمتها الأصلية ٥٠٠٠٠ دولار، وتباع في السوق بـ ١٠٠٠٠٠ دولار.
- د. (.....) اذكر أهمية التسويق للمنظمات.

- يمكن للمعلم اختبار فهم الطالب من خلال أسئلة المرفقة مع الدرس النموذجي.

الدرس الثالث: البيئة التسويقية

أهداف الدرس

يُتَوَقَّع من الطالب بعد الانتهاء من هذا
الدرس أن:

١. يعرف مفهوم البيئة التسويقية.
٢. يقارن بين البيئة الداخلية والخارجية.
٣. يعطي أمثلة على العوامل البيئية الخارجية.

الدرس النموذجي



المواد والأدوات اللازمة:

- السبورة – أقلام - الكتاب المدرسي – البوربوينت
- الإنترنت، اللابتوب - جهاز عرض البيانات (Data Show).

استراتيجيات التعلم والتعليم:

- استراتيجية العصف الذهني
- استراتيجية المناقشة والحوار
- استراتيجية فكر – زوج – شارك

مهارات القرن الـ 21:

- التفكير الناقد
- التواصل والعمل الجماعي

المواطنة والقيم الإسلامية:

- تعزيز ابعاد الهوية الوطنية
- احترام العمل وجودة الإنتاج
- التنمية المستدامة

ربط المنهج:

- الربط الأفقي: الحياة العملية
- الربط العمود: الثقافة التجارية (ثقف ١٠١)
- الدرس السابق

المفردات الأساسية:

- البيئة الخارجية
- البيئة الداخلية
- المنظمة التمويلية
- الديموغرافية
- البيئة الاقتصادية
- البيئة التكنولوجية

التهيئة (النشاط الاستهلاكي):

- اعرض مثلاً صور لعادات البحرينية القديمة واطرح الأسئلة التالية:
 - اذكر العادات البحرينية القديمة؟
 - متى يتم احياء العادات البحرينية؟
 - ما الأعمار المستهدفة في احياء العادات البحرينية؟
 - كيف يؤثر العادات البحرينية في التسويق؟
- كلف الطلاب بتدوين الإجابات ومناقشتها مع زملائهم.
- سيقوم المعلم في النهاية بالمتابعة مع الطلاب من خلال عرض الموضوع بواسطة شرائح الدرس.

استراتيجية التعليم والتعلم: المناقشة والحوار
استراتيجية التقييم من أجل التعلم: كرة الثلج
- التعلم التعاوني



محتوى الدرس ومقترحات لتنفيذه:

- يُتَوَقَّع من الطالب بعد الانتهاء من هذا الدرس أن يعرف مفهوم البيئة التسويقية خلال 5 دقائق.
- دور المعلم: يتم تقسيم الفصل إلى 5-6 مجموعات، ويوزع على كل مجموعة بطاقات مكتوب عليها جزء من التعريف ليقوم الطالب بتركيب الجمل واستنتاج تعريف البيئة التسويقية.
 - دور الطالب: يجيب الطالب على سؤال المعلم من خلال استنتاجه لتعريف البيئة التسويقية.
 - سيقوم المعلم في النهاية بالمتابعة مع الطلاب من خلال عرض الموضوع بواسطة شرائح الدرس.

السؤال: رتب البطاقات التي امامك لتكوين مفهوم للبيئة التسويقية:
للمنظمة - التسويقي - وتأثر به - التي تؤثر في نشاطها - هي المحيط - والظروف والعوامل - الداخلية والخارجية.

وزارة التعليم
Ministry of Education

تعريف البيئة

البيئة: هي الأشياء الكلية التي تحيط بالشئ والنسبة إلى المنظمة بأنها كل شئ يحيط بها.

البيئة التسويقية: هي المحيط والظروف والعوامل الداخلية والخارجية للمنظمة التي تؤثر في نشاطها التسويقي وتأثر به.

أهم تقسيمات البيئة الشائعة:

1. التقسيم الأول: بيئة داخلية وبيئة خارجية.
2. التقسيم الثاني: بيئة جزئية وبيئة كلية.

وزارة التربية والتعليم - الفصل الدراسي الثاني 2020-2021م سوق 321 التسويق الوحدة الأولى الفصل الثالث: البيئة التسويقية (1)

استراتيجية التعليم والتعلم: العصف الذهني
استراتيجية التقييم من أجل التعلم: التعلم التعاوني



يُتَوَقَّع من الطالب بعد الانتهاء من هذا الدرس أن يقارن بين البيئة الداخلية والبيئة الخارجية خلال 10 دقائق.

- دور المعلم: يطرح المعلم سؤالاً يتعلق بالهدف الثاني.
- دور الطالب: كل طالب مع زميلة، يجب أن يفكر الطلاب أولاً ثم يكتبوا الإجابات بأنفسهم في غضون فترة زمنية محددة (5 دقائق).
- سيقوم المعلم في النهاية بالمتابعة مع الطلاب من خلال عرض الموضوع بواسطة شرائح الدرس.

٦. عوامل البيئة الخارجية
٧. عوامل البيئة الخارجية
٨. عوامل البيئة الخارجية

تنمية قيم المواطنة الصالحة التي تقوم على احترام وحب العمل والعمل الجماعي والتنمية المستدامة.



استراتيجية التعليم والتعلم: فكر زواج شارك
استراتيجية التقييم من أجل التعلم: قائمة الأسماء - اعود المثلجات



الفصل الثالث - البيئة التسويقية

١- التقسيم الأول:

١-١ بيئة داخلية.

٢-١ بيئة خارجية.

ويمكن تجميعها كما هو موضح في الشكل الآتي:



شكل رقم ٣-١ عوامل البيئة الداخلية والخارجية

١-١ عوامل البيئة الداخلية Internal Environment

هي عبارة عن عوامل وثيقة الصلة بالمنظمة، وتكون في الغالب تحت سيطرتها بمعنى أن المنظمة قادرة على التحكم بها، وإخضاعها لسياساتها وبرامجها. ومن الأمثلة على عوامل البيئة الداخلية ما يأتي:



عناصر المزيج التسويقي (المنتج، السعر، التوزيع، والترويج).

المهارات والخبرات الإدارية والتسويقية والفنية والتقنية التي تمتلكها المنظمة.

مصادر المنظمة التمويلية.

التنظيم الداخلي للمنظمة.

السؤال المقترح:

حدد ما إذا كانت العوامل التالية عوامل البيئة الداخلية أو عوامل البيئة الخارجية:

١. (.....) امتلاك بنك البحرين الوطني رأس مال تبلغ قيمته ٨٦ مليون دينار بحريني.
٢. (.....) قانون بعدم جواز تشغيل العامل أكثر من ثماني ساعات يوميًا في مملكة البحرين.
٣. (.....) فرض الضرائب على السلع في مملكة البحرين.
٤. (.....) يقدر متوسط دخل الفرد البحريني بـ 1,123.88 دينار.
٥. (.....) توقيع شركة بتلكو، مؤخرًا على اتفاقية تطوير وتدريب ٢٥ من موظفيها من ذو الأداء العالي والمواهب المميزة مع جامعة لانكستر البريطانية.
٦. (.....) يتميز مناخ البحرين بقلّة الأمطار وحرارة الشمس وشدة الرطوبة.
٧. (.....) التطورات التكنولوجية على الهواتف النقالة.
٨. (.....) قيم وعادات وتقاليد المجتمع المؤثرة في سلوك الأفراد.

الإجابة:

١. عوامل البيئة الداخلية
٢. عوامل البيئة الخارجية
٣. عوامل البيئة الخارجية
٤. عوامل البيئة الخارجية
٥. عوامل البيئة الداخلية

١. (.....) تخضع الشركات في البحرين لقانون العمل في مملكة البحرين.
٢. (.....) النظرة الدونية للأعمال المهنية في بعض المجتمعات.
٣. (.....) حدوث زلزال غير متوقع في الشهر الماضي.
٤. (.....) ابتكار تقنية جديدة لتصنيع الهواتف النقال.
٥. (.....) بعض العادات مثل القرقاعن في المجتمع البحريني.
٦. (.....) تنشر معظم الشركات الكبرى في مملكة البحرين ميزانيتها العمومية في الجرائد اليومية.

الإجابة:

١. البيئة السياسية
٢. البيئة الاجتماعية
٣. البيئة الديموغرافية
٤. البيئة الاقتصادية
٥. البيئة التكنولوجية
٦. البيئة الطبيعية

تنمية قيم المواطنة الصالحة التي تقوم على احترام وحب العمل والعمل الجماعي والتنمية المستدامة.



استراتيجية التعليم والتعلم: العصف الذهني
استراتيجية التقييم من أجل التعلم: قائمة الأسماء - اعود المثلجات



الفصل الثالث - البيئة التسويقية

٢-١ عوامل البيئة الخارجية External Environment Factors

هي عبارة عن عوامل أو قوى لا تستطيع المنظمة التحكم بها لأنها مفروضة عليها، ولكنها ينبغي أن تكون مستعدة لمواجهةها وإلا لن تحقق أهدافها المرسومة. ومن الضروري معرفة أبرز العوامل الخارجية والتي يمكن إيجازها بالآتي:



1-2-1 البيئة السياسية والقانونية Political/Legal Environment: وهي عبارة عن المتغيرات السياسية المحيطة بالمنظمة والتي تشمل القوانين والوكالات الحكومية والأحزاب السياسية وغيرها مما له علاقة بالسياسة ويؤثر بشكل غير مباشر في نشاط المنظمة.



2-2-1 البيئة الاجتماعية والثقافية Social/Cultural Environment: وهي عبارة عن القيم والعادات والتقاليد والأعراف والمعتقدات السائدة في المجتمع والمؤثرة في سلوك الأفراد.



3-2-1 البيئة الديموغرافية Demographic Environment: مثل حجم السكان وتركيبته، وتوزيعه، وكثافته، والوصف السكاني من حيث العمر والدخل والمستوى التعليمي والوظيفة واللغة الاجتماعية.



4-2-1 البيئة الاقتصادية Economic Environment: وتتألف من العوامل التي تؤثر في القدرة الشرائية للمستهلك وعلى طريقة الإنفاق، مثل الدخل، والضرائب، وحجم التوظيف، والاستقرار الاقتصادي، وتوزيع الدخل، وغيرها.

٣١

- دور المعلم: يطرح المعلم سؤالاً يتعلق بالهدف الرابع.
- دور الطالب: كل طالب مع زميلة، يجب أن يفكر الطلاب أولاً ثم يكتبوا الإجابات بأنفسهم في غضون فترة زمنية محددة (٣ دقائق).
- سيقوم المعلم في النهاية بالمتابعة مع الطلاب من خلال عرض الموضوع بواسطة شرائح الدرس.

السؤال المقترح:

صنف عوامل البيئة الخارجية بما يناسبها:



يجب اتباع خطة التعليم الفردي لجميع طلاب التربية الخاصة. قد تشمل المتابعة، على سبيل المثال لا الحصر:

- التحقق من الفهم
- تقديم المساعدة في تدوين الملاحظات
- إتاحة وقت إضافي للإنجاز

٥. (.....) المتغيرات المحيطة
بالمشروع من قوانين وسياسة.

• يمكن للمعلم اختبار فهم الطالب من خلال أسئلة المرفقة مع الدرس النموذجي.

خاتمة الدرس:

- مراجعة المصطلحات والتعريفات والأهداف.
- في نهاية الدرس، اطرح على الطلاب الأسئلة التالية لقياس مدى فهمهم للدرس: ••
 ١. ما المقصود بالبيئة التسويقية؟ وما أهمية دراستها للمنظمات؟
 ٢. ارسم مخططاً يوضح التصنيفات المختلفة للبيئة التسويقية.
 ٣. قارن بين البيئة الداخلية والخارجية.
 ٤. حدد نوع عوامل البيئة الخارجية للحالات الآتية:
 ١. (.....) قيم وعادات وتقاليد ومعتقدات المجتمع المؤثرة في سلوك الأفراد.
 ٢. (.....) العوامل المؤثرة في القدرة الشرائية للمستهلك كالدخل وتوزيعه.
 ٣. (.....) التطورات التكنولوجية على الهواتف النقالة.
 ٤. (.....) المصادر الأولية للمواد الخام الموجودة في الطبيعة.

الدرس الخامس: تجزئة السوق

أهداف الدرس

يُتَوَقَّع من الطالب بعد الانتهاء من هذا الدرس أن:

1. يعرف مفهوم السوق وتجزئة السوق.
2. يذكر أنواع الأسواق.
3. يستنتج مزايا تجزئة السوق.
4. يصنف أسس تجزئة السوق.

الدرس النموذجي



المواد والأدوات اللازمة:

- السبورة – أقلام - الكتاب المدرسي – البوربوينت
- الإنترنت، اللابتوب - جهاز عرض البيانات (Data Show).

استراتيجيات التعلم والتعليم:

- استراتيجية العصف الذهني
- استراتيجية المناقشة والحوار
- استراتيجية فكر – زوج – شارك

مهارات القرن الـ 21:

- التفكير الناقد
- التواصل والعمل الجماعي

المواطنة والقيم الإسلامية:

- تعزيز ابعاد الهوية الوطنية
- احترام العمل وجودة الإنتاج
- التنمية المستدامة

ربط المنهج:

- الربط الأفقي: الحياة العملية
- الربط العمود: الثقافة التجارية (ثقف ١٠١)
- الدرس السابق

المفردات الأساسية:

- السوق
- تجزئة السوق
- التجزئة الجغرافية
- التجزئة الديموغرافية
- التجزئة النفسية
- التجزئة السلوكية

التهيئة (النشاط الاستهلاكي):

- اعرض صورة لمنتج حذاء الخاص بالثلج واطرح الأسئلة التالية:
 - ما الأسواق التي تجذب هذا المنتج؟
 - أين يمكن أن تباع هذا المنتج؟
 - من يشتري مثل هذا المنتج؟
- كلف الطلاب بتدوين الإجابات ومناقشتها مع زملائهم.
- سيقوم المعلم في النهاية بالمتابعة مع الطلاب من خلال عرض الموضوع بواسطة شرائح الدرس.

استراتيجية التعليم والتعلم: المناقشة والحوار
استراتيجية التقييم من أجل التعلم: كرة الثلج
- التعلم التعاوني



محتوى الدرس ومقترحات لتنفيذه:

يُتَوَقَّع من الطالب بعد الانتهاء من هذا الدرس أن يعرف مفهوم السوق وتجزئة السوق خلال ١٠ دقائق.

- دور المعلم: يتم تقسيم الفصل إلى 5-6 مجموعات، ويوزع على كل مجموعة بطاقات مكتوب عليها جزء من التعريف ليقوم الطالب بتركيب الجمل واستنتاج تعريف السوق وتجزئة السوق.
- دور الطالب: يجيب الطالب على سؤال المعلم من خلال استنتاجه لتعريف السوق وتجزئة السوق.
- سيقوم المعلم في النهاية بالمتابعة مع الطلاب من خلال عرض الموضوع بواسطة شرائح الدرس.

السؤال: رتب البطاقات التي امامك لتكوين مفهوم السوق وتجزئة السوق:

السوق إشباع تلك الحاجات والرغبات - في القيام بعملية التبادل من أجل - - جميع المستهلكين المحتملين - الذين يتشابهون - والذين لديهم المقدرة والرغبة - في حاجاتهم ورغباتهم،
تجزئة السوق الذين يحتاجون إلى سلع مختلفة - على أساس المشترين أو المستهلكين - إلى مجموعات واضحة - أو مزيج تسويقي مختلف - هي عملية تقسيم السوق

الفصل الرابع - تجزئة السوق

أولاً - مفهوم السوق Market Concept

السوق معان مختلفة. منها ما اقترحه لجنة التعاريف التابعة لجمعية التسويق الأمريكية المتمثلة فيما يلي:

١. مجموع القوى أو الشروط التي يتخذ البائعون والمشترون في ضوءها قرارات ينتج عنها انتقال السلع والخدمات.
٢. الطلب الكلي للمشتريين المحتملين لسلعة أو خدمة.
٣. المكان أو المنطقة التي يقوم فيها المشترون والبائعون بوظائفهم (وهو المفهوم الشائع لدى عموم الناس).

٤. وضمن سياق التسويق، يعرف فيليب كولتر Philip Kotler السوق بأنها: **جميع المستهلكين المحتملين الذين يتشابهون في حاجاتهم ورغباتهم، والذين لديهم المقدرة والرغبة في القيام بعملية التبادل من أجل إشباع تلك الحاجات والرغبات.**

ولكي يصبح الفرد مستهلكاً محتملاً لأي منتج فلا بد من تحقيق أربعة معايير هي:

١. وجود الحاجة أو الرغبة في هذا المنتج.
٢. الاهتمام بالمنتج.
٣. توفر المال أو القدرة الانتسابية اللازمة لشراء المنتج.
٤. الاستعداد للشراء.



استراتيجية التعليم والتعلم: العصف الذهني
استراتيجية التقييم من أجل التعلم: التعلم التعاوني



استراتيجية التعليم والتعلم: الاكتشاف
استراتيجية التقييم من أجل التعلم: قائمة
الأسماء - اعواد المثلجات



يُتَوَقَّع من الطالب بعد الانتهاء من هذا الدرس أن
يستنتج مزايا تجزئة السوق خلال ١٠ دقائق.

يُتَوَقَّع من الطالب بعد الانتهاء من هذا الدرس أن
يذكر أنواع الأسواق خلال ٥ دقائق.

- دور المعلم: يطرح المعلم سؤالاً يتعلق بالهدف الثاني، وذلك من خلال عرض صور.
- دور الطالب: كل طالب مع زميلة، يجب أن يفكر الطلاب أولاً ثم يكتبوا الإجابات بأنفسهم في غضون فترة زمنية محددة (دقيقتان).
- سيقوم المعلم في النهاية بالمتابعة مع الطلاب من خلال عرض الموضوع بواسطة شرائح الدرس.

السؤال:

من خلال الصور المعروضة ما أنواع الأسواق؟

الفصل الرابع - تجزئة السوق

ثالثاً - مفهوم تجزئة السوق - Market Segmentation Concept

عرفت جمعية التسويق الأمريكية تقسيم السوق بأنه: 'عملية تقسيم السوق تجزئته إلى مجموعات واضحة على أساس المشترين أو المستهلكين الذين يحتاجون إلى سلع مختلفة أو مزيج تسويقي مختلف'. ونظراً إلى أن إرضاء جميع الناس أمر لا يمكن تحقيقه فإننا بحاجة إلى تقسيم العملاء مجموعات مختلفة في احتياجاتها أو سلوكها (الشرائي) ثم نحاول اختيار الجزء (الأجزاء) الذي سنحاول إرضاءه (إرضاءها). فمثلاً:

- لا يمكن تصميم لعبة أطفال تصلح لأي سن وأي أسرة، فالأطفال يتفاوتون في القدرة الذهنية بحسب السن أو الأسر تتفاوت في القدرة المالية. كما أن هناك اختلافاً بين لعب البنات ولعب الأولاد. لذلك فإن مصنع لعب الأطفال يستهدف فئة معينة من الأطفال من جنس واحد وسن متقارب ومستوى اقتصادي معين.

إن تقسيم السوق هو أسلوب معروف لإدارة الأعمال المختلفة. فكيف نستطيع تقسيم السوق؟ دعنا نتذكر لماذا نريد تقسيم السوق؟ إننا نريد أن نقسم السوق أقساماً عدة بحيث يكون لكل قسم متطلباته المختلفة عن الأقسام الأخرى، وبحيث يمكن تلبية طلبات هذه الأقسام. يعتمد تقسيم السوق على طبيعته من حيث كونه سوقاً استهلاكية وسوقاً تجارية (صناعية).

رابعاً - مزايا تجزئة السوق

وتحقق تجزئة السوق العديد من المزايا يمكن إجمالها في الآتي :

- ١- تحديد الاختلافات الفردية في الخصائص الديموغرافية والاجتماعية والسيكولوجية لكل قطاع سوقي.
- ٢- تحقيق درجة أعلى من الإتيان لاحتياجات و رغباتهم داخل كل قطاع .
- ٣- التركيز دراسة مجموعة أصغر من الأفراد، وبالتالي إمكانية التوفيق بين رغباتهم المختلفة .

٤٥

- دور المعلم: يطرح المعلم سؤالاً يتعلق بالهدف الثالث.

الفصل الرابع - تجزئة السوق

ثانياً - أنواع الأسواق - Types of Markets

تقسم الأسواق عادة إلى نوعين هما:

١- الأسواق الاستهلاكية (Consumer Markets)

٢- الأسواق الصناعية أو التجارية (Industrial or Business Markets).

الأسواق الاستهلاكية



هي عبارة عن أسواق مؤلفة من مجموعة من المشترين النهائيين الذين يرغبون في شراء سلع أو الحصول على خدمات لإشباع حاجاتهم ورغباتهم الشخصية أو العائلية، ولا يقصدون من عملية الشراء تحقيق أي ربح على الإطلاق.

الأسواق الصناعية



فهي عبارة عن أسواق مؤلفة من مجموعة مشترين يرغبون في شراء السلع أو الحصول على الخدمات من أجل استعمالها في عملية الإنتاج والتصنيع، كالمواد الأولية، والشحوم، والزيوت.



٤٤

٣. استهداف الجامعات الخاصة لخريجي الثانوي والذين تبلغ أعمالهم ١٨ سنة تعتبر من التجزئة

٤. يعتبر استهداف مكاتب السياحة لزبائن نمط حياتهم يعتمد على التغيير وحب السفر من التجزئة

الإجابة:

١. الجغرافية
٢. السلوكية
٣. الديموغرافية
٤. النفسية

- دور الطالب: كل طالب مع زميلة، يجب أن يفكر الطلاب أولاً ثم يكتبوا الإجابات بأنفسهم في غضون فترة زمنية محددة (٣ دقائق).
- سيقوم المعلم في النهاية بالمتابعة مع الطلاب من خلال عرض الموضوع بواسطة شرائح الدرس.

السؤال:

من خلال المثال السابق في بداية الدرس (النشاط الاستهلاكي)، استنتج مزايا تجزئة الأسواق.

استراتيجية التعليم والتعلم: العصف الذهني
استراتيجية التقييم من أجل التعلم: قائمة الأسماء - اعود المثليات



يَتَوَقَّع من الطالب بعد الانتهاء من هذا الدرس أن يصنف أسس تجزئة السوق خلال ١٠ دقائق.

- دور المعلم: يطرح المعلم سؤالاً يتعلق بالهدف الرابع.
- دور الطالب: كل طالب مع زميلة، يجب أن يفكر الطلاب أولاً ثم يكتبوا الإجابات بأنفسهم في غضون فترة زمنية محددة (٥ دقائق).
- سيقوم المعلم في النهاية بالمتابعة مع الطلاب من خلال عرض الموضوع بواسطة شرائح الدرس.

السؤال المقترح:

أكمل الآتي:

١. يعتبر تقسيم مملكة البحرين إلى خمس محافظات من التجزئة
٢. ولاء بعض الزبائن لشركة بتلكو للاتصالات في ظل وجود منافسين يعتبر من التجزئة

الفصل الرابع - تجزئة السوق

- ٤- تصميم وتخطيط أفضل مزيج تسويقي يتناسب مع احتياجات المستهلكين في كل قطاع تسويقي.
- ٥- تعرف الفرص التسويقية المتاحة، وتحديد القطاع التسويقي المستهدف.

خامساً - أسس تجزئة الأسواق - Segmentation Basis



١- التجزئة الجغرافية Geographic Segmentation: عندما يقوم مدراء السوق بتقسيم السوق عدداً من القطاعات على أساس الموقع فهم يستعملون في هذا التقسيم الأساس الجغرافي. وهذا يمكن استعمال العديد من أنواع المواقع مثل المناطق الجغرافية، والدول، والمحافظات، والمدن، والقرى، والأحياء. فمثلاً يركز منتجي عربات التزلج على الثلوج في المستهلكين الذين يعيشون في مناطق الثلوج أو يرتادونها، بينما يركز منتجي زلاجة الماء في المستهلكين الذين يعيشون في المناطق الساحلية أو مرتادوها.

٢- التجزئة الديموغرافية Demographic Segmentation: إن عملية تقسيم السوق الكلية إلى عدد من القطاعات على أساس بعض المتغيرات الديموغرافية كالعمر، والجنس، والدخل، والمهنة، والتعليم، ولون البشرة، والديانة، والجنسية، والحالة الاجتماعية، والطبقة الاجتماعية يطلق عليه اسم التقسيم الديموغرافي في السوق. وبعد هذا التقسيم الأكثر استخداماً من قبل رجال التسويق لسببين. الأول، أن حاجات المستهلكين وريغياتهم غالباً ما ترتبط عن قرب بخصائصهم الديموغرافية. فالعمر، مثلاً، يعتبر متغيراً هاماً في تقسيم سوق سيارات الرفاهية. أما



٢. (.....) تقسيم السوق حسب المدن الموجودة في محافظات مملكة البحرين.

٣. (.....) تقسيم السوق باستعمال المتغيرات السيكوجرافية مثل المتغيرات المتعلقة بالخصائص الشخصية للمستهلك ونمط حياته.

• يمكن للمعلم اختبار فهم الطالب من خلال أسئلة المرفقة مع الدرس النموذجي.

تنمية قيم المواطنة الصالحة التي تقوم على احترام وحب العمل والعمل الجماعي والتنمية المستدامة.



استراتيجية التعليم والتعلم: فكر زوج شارك
استراتيجية التقييم من أجل التعلم: قائمة الأسماء - اعود المثلجات



يجب اتباع خطة التعليم الفردي لجميع طلاب التربية الخاصة. قد تشمل المتابعة، على سبيل المثال لا الحصر:

- التحقق من الفهم
- تقديم المساعدة في تدوين الملاحظات
- إتاحة وقت إضافي للإنجاز



خاتمة الدرس:

- مراجعة المصطلحات والتعريفات والأهداف.
- في نهاية الدرس، اطرح على الطلاب الأسئلة التالية لقياس مدى فهمهم للدرس: ••
 ١. ما المقصود بتجزئة السوق؟
 ٢. عدد أنواع الأسواق.
 ٣. اذكر ثلاثة من مزايا تجزئة السوق.
 ٤. قارن بين البيئة الداخلية والخارجية.
 ٥. حدد أسس تجزئة الأسواق حسب كل حالة:
 ١. (.....) يقسم السوق حسب معدلات الاستعمال والولاء للعلامة والمنافع التي يسعى المستهلك للحصول عليها من عملية شراء المنتج.

الدرس الثامن: السلع والخدمات

أهداف الدرس

يُتَوَقَّع من الطالب بعد الانتهاء من هذا الدرس أن:

١. يميز بين مفهومي السلع والخدمات.
٢. يعطي أمثلة على أنواع السلع المختلفة.
٣. يوضح خصائص الخدمات.

الدرس النموذجي



المواد والأدوات اللازمة:

- السبورة – أقلام - الكتاب المدرسي – البوربوينت
- الإنترنت، اللابتوب - جهاز عرض البيانات (Data Show).

استراتيجيات التعلم والتعليم:

- استراتيجية العصف الذهني
- استراتيجية المناقشة والحوار
- استراتيجية فكر – زوج – شارك

مهارات القرن الـ 21:

- التفكير الناقد
- التواصل والعمل الجماعي

المواطنة والقيم الإسلامية:

- تعزيز ابعاد الهوية الوطنية
- احترام العمل وجودة الإنتاج
- التنمية المستدامة

ربط المنهج:

- الربط الأفقي: الحياة العملية
- الربط العمودي: الثقافة التجارية (ثقف ١٠١)
- الدرس السابق

المفردات الأساسية:

- السلع الاستهلاكية
- السلع الإنتاجية
- السلع المعمرة
- السلع غير المعمرة
- السلع الاستقرائية
- سلع التسوق

التهيئة (النشاط الاستهلاكي):

- اعرض مجموعة لمنتجات (متنوعة لجميع الاصناف الشرائية)، وكلف الطلاب بتحديد عدد مرات استعمال هذه السلع.
- سيقوم المعلم في النهاية بالمتابعة مع الطلاب من خلال عرض الموضوع بواسطة شرائح الدرس.

استراتيجية التعليم والتعلم: المناقشة والحوار
استراتيجية التقييم من أجل التعلم: كرة الثلج
- التعلم التعاوني



محتوى الدرس ومقترحات لتنفيذه:

يُتَوَقَّع من الطالب بعد الانتهاء من هذا الدرس أن يميز بين مفهومي السلع والخدمات خلال ١٠ دقائق.

- دور المعلم: يطرح المعلم سؤالاً يتعلق بالهدف الأول، وذلك من خلال عرض صور لمنتجات وشركات تقدم الخدمات.
- دور الطالب: كل طالب مع زميلة، يجب أن يفكر الطلاب أولاً ثم يكتبوا الإجابات بأنفسهم في غضون فترة زمنية محددة (دقيقتان).
- سيقوم المعلم في النهاية بالمتابعة مع الطلاب من خلال عرض الموضوع بواسطة شرائح الدرس.

السؤال: قارن بين الصورتين من حيث المنتجات التي تقدمها.

استراتيجية التعليم والتعلم: العصف الذهني
استراتيجية التقييم من أجل التعلم: التعلم التعاوني



[الفصل السادس - السلع والخدمات]

أولاً- المنتج Product

المنتج هو أي شيء تحصل عليه كنتيجة لعملية تبادل. فهو حزمة من الخصائص والمنافع تقدم لإشباع حاجات طرفي العملية التبادلية أو رغباتها: وقد يكون أما ملموساً أو غير ملموس ويتضمن منافع أو فوائد وظيفية "صلية" أو اجتماعية أو نفسية والمنتج قد يكون فكرة، خدمة، أو سلعة أو خليطاً من هذه الثلاث:

١- السلع GOODS هي عبارة عن كيان مادي ملموس مثل السيارات والملاهي

٢- خدمات SERVICES هي عبارة عن كيان غير مادي وغير ملموس - يحصل نتيجة الجهود البشرية والفنية للأفراد أو المواد مثل الخدمات الطبية و الخدمات الثقافية و الترفيهية

٣- الأفكار IDEAS هي الأفكار، والابتكارات، الصور الخيالية، والقصص التي تفتح السجلات النفسية المساعدة على حل المشاكل أو تعديل الظروف البيئية.

شكل رقم 6-1 صور المنتج

٦٧

يُتَوَقَّع من الطالب بعد الانتهاء من هذا الدرس أن يعطي أمثلة على أنواع السلع المختلفة خلال ١٠ دقائق.

- دور المعلم: يطرح المعلم سؤالاً يتعلق بالهدف الثاني، وذلك من خلال عرض صور.
- دور الطالب: كل طالب مع زميلة، يجب أن يفكر الطلاب أولاً ثم يكتبوا الإجابات بأنفسهم في غضون فترة زمنية محددة (٤ دقائق).
- سيقوم المعلم في النهاية بالمتابعة مع الطلاب من خلال عرض الموضوع بواسطة شرائح الدرس.

٥. (.....) قام فيصل بشراء صابون للجسم مع المستلزمات الشهرية المتكررة.
٦. (.....) اشترى يوسف حذاء وبدلة بمناسبة عيد الفطر.

الإجابة:

١. تسويق
٢. استقرائي
٣. معمرة
٤. الخاصة
٥. استقرائي
٦. تسويق

استراتيجية التعليم والتعلم: الاكتشاف
استراتيجية التقييم من أجل التعلم: قائمة
الأسماء - اعود المثلجات



يُتَوَقَّع من الطالب بعد الانتهاء من هذا الدرس أن يوضح خصائص الخدمات خلال ١٠ دقائق.

- دور المعلم: يطرح المعلم سؤالاً يتعلق بالهدف الثالث.
- دور الطالب: كل طالب مع زميلة، يجب أن يفكر الطلاب أولاً ثم يكتبوا الإجابات بأنفسهم في غضون فترة زمنية محددة (٥ دقائق).
- سيقوم المعلم في النهاية بالمتابعة مع الطلاب من خلال عرض الموضوع بواسطة شرائح الدرس.

الفصل السادس - السلع والخدمات



شكل رقم ٦-٤ تصنيف السلع على أساس العادات الشرائية

٢- السلع الإنتاجية (الصناعية):



وهي السلع التي تستعملها منشآت الأعمال أو المنظمات لإنتاج سلعة أخرى أو لتصنيع المنتج بعد إجراء بعض العمليات الإنتاجية عليها. ومن مميزات ارتفاع تكلفة شرائها، والخفаз عدد مشتريها، اشترك عدد كبير من المسؤولين في اتخاذ قرار شرائها بعد دراسة وافية. ومن أمثلتها المواد الخام والأجزاء نصف المصنعة والمصنعة ومهمات التشغيل والعدد والآلات والأجهزة. وقد يتبع أحيانا نظام التأجير للسلع الإنتاجية خاصة في الأجهزة الإلكترونية نظرا إلى ارتفاع أسعارها أو تغير مواصفاتها باستمرار أو لأن استعمالها مؤقت موسمي.

السؤال المقترح:

حدد نوع السلع من خلال الأمثلة التالية:

١. (.....) اشترت خولة هاتف سامسونج Note4.
٢. (.....) قام أحمد بشراء جريدة الأيام اليومية.
٣. (.....) اشترى خالد سيارة هوندا.
٤. (.....) اشترت سامية حلق مرصع بالألماس.

- ج. اذكر ثلاث من خصائص هذه السلعة؟
د. هل من الممكن دخول منافسين جدد؟

الإجابة:

- أ. الصورة تعبر عن شركات اتصال متنافسة، وطبيعة السلعة تمثل الخدمات.
ب. المنافسة التامة
ج. من خصائص الخدمات:
١. تكون رئيسية أو مكملية
٢. غير قابلة للتخزين
٣. غير ملموسة- رضا معني للمستهلك
د. نعم

استراتيجية التعليم والتعلم: العصف الذهني
استراتيجية التقييم من أجل التعلم: قائمة الأسماء - اعود المثلجات



يجب اتباع خطة التعليم الفردي لجميع طلاب التربية الخاصة. قد تشمل المتابعة، على سبيل المثال لا الحصر:
- التحقق من الفهم
- تقديم المساعدة في تدوين الملاحظات
- إتاحة وقت إضافي للإنجاز



خاتمة الدرس:

- مراجعة المصطلحات والتعريفات والأهداف.
- في نهاية الدرس، ا طرح على الطلاب الأسئلة التالية لقياس مدى فهمهم للدرس: ••
١. ما أنواع السلع؟.

[الفصل السادس - السلع والخدمات]

خامساً- الخدمات Services

هي الأنشطة والمنافع غير الملموسة والتي يشتريها المستهلك بغرض الحصول على منافع محددة.

الخدمة وظيفة تسويقية تهدف إلى زيادة رضا المستهلك الأخير أو المشتري الصناعي عن المنتج مما يؤدي إلى تفضيله لهذا المنتج وتكرار شراؤه.

سادساً- خصائص الخدمات Services Properties

تتم الخدمات بعدد من الخصائص يمكن إبرازها فيما يأتي:

شكل رقم ٢-٦ خصائص الخدمات

السؤال المقترح:

انظر إلى الصور الآتية، ثم أجب عن الأسئلة التي تليها:



أ. ما الذي تعبر عنه هذه الصور؟ وما طبيعة السلعة محل التنافس؟

ب. حدد نوع المنافسة؟

٤. (.....) سلع غير معمرة
٥. (.....) سلع استهلاكية
٦. (.....) سلع التسويق

- يمكن للمعلم اختبار فهم الطالب من خلال أسئلة المرفقة مع الدرس النموذجي.

٢. اذكر خصائص الخدمات.
٣. ما الفرق بين السلع الاستهلاكية والسلع الإنتاجية؟
٤. اكتب مثلاً واحداً لكل نوع من أنواع السلع الآتية:

١. (.....) سلع معمرة
٢. (.....) سلع انتقائية
٣. (.....) سلع إنتاجية
(صناعية)

سفر ٢٠٣٠

مملكة البحرين
وزارة التربية و التعليم
إدارة المناهج



السفر والسياحة

المرحلة الثانوية

2030

البحرين

الأهداف العامة لمقرر السفر والسياحة (سفر ٣٢٤)

يدرّس المساق لطلبة المستوى الثاني أو الثالث في الفصل الدراسي من الثالث إلى الخامس، حيث يتضمن المساق دراسة مفهوم السفر والسياحة ومراحل تطوره، بيئة السفر والسياحة في البحرين، والعوامل المؤثرة في السياحة العالمية، ومصادر المعلومات والوثائق ذات الصلة بالسفر والسياحة وتركيبته ودور الخدمات التي تقدمها وكالات السفر، الخدمات التي تقدم للمسافر والنصائح والإرشادات والأمتعة، أعمال وكالات السفر والسياحة والمصطلحات المستخدمة في الطيران، أهمية التسويق السياحي، وتأثير السياحة في الاقتصاد والآثار المترتبة على البيئة.

يهدف المساق إلى تزويد الطالب بالمعلومات والمهارات اللازمة ليكون قادرًا على أن:

- ◀ يعرف مفهوم السفر والسياحة بأنواعها.
- ◀ يعرض بيئة السفر والسياحة في البحرين ومقومات السياحة.
- ◀ تحديد العوامل المؤثرة في السياحة العالمية.
- ◀ يضع مفهومًا لوكالة السفر والسياحة.
- ◀ يفسر مصطلحات السفر والسياحة والتوقيت العالمي.
- ◀ يحدد خدمات المسافر في المطار وعلى الطائرة.
- ◀ يشرح قواعد الأمتعة والأوزان.
- ◀ يوضح أهمية وأهداف التسويق السياحي.
- ◀ يناقش تأثير السياحة على الاقتصاد والبيئة.

الخطة الزمنية لمقرر السفر والسياحة (سفر ٣٢٤)

| المتطلبات السابقة | نوع المساق | عدد الساعات المعتمدة | رمز المساق | أسم المساق |
|-------------------|------------------|----------------------|------------|----------------|
| - | اختياري غير ملزم | ٢ | سفر ٣٢٤ | السفر والسياحة |

| الدرجة | التقويم التكويني | | عدد الأسابيع | الصفحات | الموضوعات المقررة | الفصل | الوحدة |
|-------------------------|------------------|--------------------|-----------------------|--------------------|-----------------------------|---------|--------|
| | المعدل | النوع | | | | | |
| متوسط أعلى وقفين ١٢=١٢× | ١٠ | اختبار تحريري | ٤ | ١٢ - ٤٢ | نشأة السياحة وتطورها | ٤ - ١ | ١ |
| | ١٠ | اختبار تحريري | ٣ | ٧٩ - ٤٤ | أعمال وكالات السفر والسياحة | ٧ - ٥ | ٢ |
| | ١٠ | اختبار تحريري | ٣ | ١١٨ - ٨٠ | الخدمات التي تقدم للمسافر | ١١ - ٨ | ٣ |
| | | | ٢ | ١٣١ - ١٢٠ | التسويق السياحي | ١٣ - ١٢ | ٤ |
| | | | ٢ | ١٤٣ - ١٣٢ | آثار السياحة | ١٥ - ١٤ | ٥ |
| | - | - | ١ | مراجعة عامة للمقرر | | | |
| ٥ | ٣ | إعداد تقرير | بحث | | | | |
| | ٢ | عرض تقرير | | | | | |
| ٨ | ٢ | الانضباط | ملاحظة السلوك الطلابي | | | | |
| | ٢ | التعاون مع الزملاء | | | | | |
| | ٤ | السلوك الأكاديمي | | | | | |
| ٥ | ٥ | ملف أعمال الطالب | | | | | |
| ٣٠ | المجموع | | | | | | |

| | |
|------------------------|--|
| الطبعة المعتمدة | : الأولى ٢٠١١ م. |
| ملاحظات | : ١. قائمة اختصارات الدول والمدن والعملات، المطلوب من ١ إلى ١٤. صفحة ٦٢. ٢. موضوع العرض والطلب السياحي <u>للقراءة فقط</u> . ص ١٢٦-١٢٧. ٣. مرفق قائمة بتصحيح بعض الأخطاء الموجودة في طبعة الكتاب. من صفحة ١ إلى صفحة ٥٣. |
| امتحان المنتصف | |

تصحيح بعض الأخطاء في كتاب السفر والسياحة (سفر ٣٢٤)

| الرقم | رقم الصفحة | الكلمة أو العبارة قبل التصحيح | بعد التصحيح |
|-------|------------|---|---|
| ١ | ١٥ | السائح الدولي كلمة (بعمل) | يعمل |
| ٢ | ٤٩ | الطفل Child (من سنتين إلى ١٢ سنة) | (من سنتين إلى ١١ سنة) |
| ٣ | ٥٣ | تدريب ٣ لا توجد عمولة | ممکن وضع عمولة في حدود ٣%-٧% |
| ٤ | ٥٥ | Prefix Designator Or | Designator Or Prefix |
| ٥ | ٥٦ | مثال: اسم المدينة London تابع ص ٥٥ مختصرات المدن بمطاراتها | |
| ٦ | ٥٦ | الحرفين اللذين يمثلان مختصر المطار HK | الحرفين اللذين يمثلان مختصر المطار HR |
| ٧ | | ثانياً: فبراير FEBRURAY | فبراير FEBRUARY |
| ٨ | ٥٧ | ثالثاً: البيان باللغة الانجليزية Excursion | ثالثاً: البيان باللغة الانجليزية Excursion |
| ٩ | | درجة سياحية E Tourist Class | Tourist Class |
| ١٠ | | إضافة درجة سياحية Economy class المختصر (Y) | |
| ١١ | ٦١ | إضافة رقم (١٣) هو الشخص الذي يسمح له بالسفر خلال رحلة ضمن المسافرين Passenger | |
| ١٢ | ٦٢ | رقم ٢٧ الهند رقم ٣٠ الفلبين المنطقة حسب تقسيم IATA الثانية | المنطقة حسب تقسيم IATA الثالثة |
| ١٣ | ٦٣ | البحرين المدينة المنامة | المدينة البحرين |
| ١٤ | ٦٧ | معنى المصطلح جناح باللغة الانجليزية غير مطلوب | |

| الرقم | رقم الصفحة | الكلمة أو العبارة قبل التصحيح | بعد التصحيح |
|-------|------------|---|---|
| ١٥ | ٧٥ | تدريب ٣ - الدول الأخرى عمود فارق GMT غير مطلوب، وصيغة السؤال تُعدل إلى (أوجد توقيت مملكة البحرين والدول الأخرى). | |
| ١٦ | ٧٩ | تدريب ٣ - الدول الأخرى (عمود الوقت ملغي) عمود التوقيت مطلوب بدون +٢ - ٤+... الخ | |
| ١٧ | ١٠٠ | <u>السؤال الثاني: طفل مسافر بمفرده</u> U.M (١٢-١٥ سنة) | شاب مسافر بمفرده U.M (١٢-١٥ سنة) |
| ١٨ | ١٠٤ | الجدول الأول خانة المواصفات: مجموع الأبعاد الثلاثة لا تزيد على: ٥٥ × ٤٠ × ٣٠ (١٢٥ سم) | تستبدل إشارة الضرب (×) بإشارة الزائد (+) في الحالات الأربع في الجدول. |
| ١٩ | ١٠٦ | أما الرضيع من (يوم واحد - أقل من سنتين) فيحصل على وزن مجاني وقدره <u>٢٣ كجم</u> | وزن مجاني وقدره <u>٣ كجم</u> |
| ٢٠ | ١٢٥ | خصائص التسويق السياحي رقم (٤) إضافة يعتمد التسويق السياحي في الدولة المستقبلية، على العرض السياحي الذي تتصف مكوناته بالجمود وعدم القابلية للتغير | يعتمد التسويق السياحي في الدولة المستقبلية، على العرض السياحي الذي تتصف مكوناته بالجمود وعدم القابلية للتغير <u>على المدى القصير</u> . |
| ٢١ | ١٣٥ | في فقرة الأنشطة كلمة (وبينها) | تلغى الكلمة |

الدرس الأول: السياحة

الفصل الأول السياحة



صورة رقم ١ (وسائل النقل القديمة)

التطور التاريخي للسياحة

عرفت البشرية السياحة منذ فجر التاريخ، فالإنسان ينتقله من مكان إلى آخر بحثاً عن غذائه في البر والبحر تعد سياحة، وكذلك تنقله من بلد إلى بلد آخر في بيئات مختلفة تتوافر فيها سبل الحياة الأفضل من عشب وماء، أو مقايضة السلع في أسواق أخرى، أو اكتساب وتبادل المعارف مع جماعات البيئات المختلفة، أو توطيد العلاقات السياسية في تلك البيئات جميعها تعد سياحة. فقد كانت هناك رحلات موسمية، وأخرى تجارية، وثقافية، واجتماعية، وجميعها تهدف إلى تحقيق المنفعة، فقد تنجب الإنسان، في تحركاته هذه المرور على بيئات الغابات، والجبال الوعرة، والمناطق الجغرافية الصعبة، حيث اختار الطرق السهلة والمناطق الأنسب مناخياً والأكثر اعتدالاً والأقل خطورة، إيماناً منه بتحقيق أهدافه.

ومع التطور الحضاري وزيادة عدد السكان وتعدد الاحتياجات، واختلاف وسائل النقل أصبح للإنسان أهداف أخرى يسعى إلى تحقيقها من خلال تنقله هذه. مرت السياحة في تطورها التاريخي بعدة مراحل، تبدأ باستخدام وسائل النقل القديمة كالدراب والقوارب وتنتهي بوسائل النقل الحديثة كالمطائرة والقطار وغيرها.

السياحة

تلعب السياحة دوراً هاماً في عملية التنمية الاقتصادية، حيث تشكل جزءاً من مصادر الدخل القومي، لذا فقد أولت حكومات الدول اهتمامها البالغ بتنمية هذا القطاع الهام عن طريق تطوير البنية التحتية الأساسية التي تسهم في استمرارية عوائد هذا القطاع، والتركيز في جهود التنشيط السياحي، عبر المعارض والمؤتمرات والأنشطة الترويجية للسياحة وغيرها. وظاهرة السياحة هذه تعني الانتقال الوتقي للأفراد، وذلك بترك محل إقامتهم الدائم متجهين إلى مناطق أخرى سواء أكانت داخل حدود الدولة (سياحة داخلية) أو إلى دول أخرى (سياحة خارجية).

مفهوم السياحة

السياحة عبارة عن انتقال الإنسان مؤقتاً من بلد إقامته المعتاد إلى أي بلد آخر أو منطقة أخرى مدة تزيد عن ٢٤ ساعة، ونقل عن عام واحد، لأي عرض غير الهجرة (الإقامة الدائمة) أو قبول العمل.

أهداف الدرس

يُتَوَقَّع من الطالب بعد الانتهاء من هذا الدرس أن:

١. تعريف مفهوم السياحة والسائح.
٢. المقارنة بين أنواع السواح.
٣. تحديد فئات من المسافرين لا ينطبق عليهم تعريف السائح
٤. يعرف منظمة السياحة العالمية
٥. يعدد أهداف السياحة.

الدرس النموذجي



المواد والأدوات اللازمة:

السبورة – أقلام -الكتاب المدرسي -البوربوينت – الإنترنت – الكمبيوتر -جهاز عرض البيانات (Data Show).

استراتيجيات التعلم والتعليم:

- استراتيجية القبعات الست
- استراتيجية العصف الذهني

- استراتيجية المناقشة والحوار
- التعليم الإلكتروني

مهارات القرن الـ 21:

- التواصل والعمل الجماعي
- التمكين اللغوي
- المواطنة المحلية والعالمية

المواطنة والقيم الإسلامية:

- قيم الانتماء والولاء والمواطنة.
- القيم الإسلامية والإنسانية
- التعاون والاحترام
- الود والانضباط
- القيم الرقمية

ربط المنهج:

- الربط الأفقي؛ الربط بواقع الحياة
- الربط العمود؛ الربط بالتاريخ الربط باللغة الانجليزية الربط بالمواطنة

المفردات الأساسية:

- السياحة
- السائح
- السائح الدولي
- السائح الداخلي
- منظمة السياحة العالمي.

محتوى الدرس ومقترحات لتنفيذه:

التهيئة (النشاط الاستهلالي):

- استراتيجية القبعات الست (القبعة السوداء):



- يطرح المعلم السؤال التالي: ماذا سيحدث للعالم لو لم يكن هناك سياحة؟
- يتوقع من الطالب الإجابة: سيختل اقتصاد بعض الدول التي تعتمد على السياحة لرفع اقتصادها - لن يتم تبادل الثقافات والتجارب والمعلومات بين الشعوب والدول - زيادة نسبة البطالة الخ.
- تتم المناقشة ويؤكد المعلم على موضوع الدرس وهو السياحة.
- الهدف الأول: تعريف مفهوم السياحة والسائح.



استراتيجية التعليم والتعلم: العصف الذهني-العمل الجماعي-المناقشة والحوار

- دور المعلم: يقوم المعلم بعرض إرشادات واضحة لأداء المهمة كالتالي:
 - (١) سيتم عرض سؤال يجب الإجابة عليه بشكل جماعي.
 - (٢) السؤال: عرّف السياحة والسائح بمفهومك الخاص.
 - (٣) يجب الانتهاء خلال ٣ دقائق.
 - (٤) عند الانتهاء يتم عرض الإجابات والمناقشة.
- دور الطالب: بعد الانتهاء تقوم كل مجموعة بعرض الإجابات وتتم المناقشة
- دور المعلم: تحديد الإجابات الصحيحة وهي كالتالي:

مفهوم السياحة: السياحة عبارة عن انتقال الإنسان مؤقتاً من بلد إقامته المعتاد إلى أي بلد آخر أو منطقة أخرى مدة تزيد عن ٢٤ ساعة وتقل عن عام واحد.

مفهوم السائح: هو كل شخص يقيم خارج موطنه المعتاد لفترة تزيد على ٢٤ ساعة ولا تتحول إلى إقامة دائمة.

الهدف الثاني: المقارنة بين أنواع السواح.

استراتيجية التعليم والتعلم: السؤال و الجواب – المناقشة والحوار.



-كلف الطلاب بذكر مواقع سياحية تم زيارتها داخل مملكة البحرين.

- دور المعلم: تتم المناقشة حول الاماكن التي تم زيارتها وطرح السؤال التالي:

ماذا يطلق على السائح الذي يزور مكان داخل الدولة التي يقيم بها؟

تتم المناقشة إلى يتم التوصل الى السائح الداخلي كما يطلق عليه باللغة الإنجليزية Domestic tourist

ماذا يطلق على السائح الذي يقوم بزيارة أي دولة غير الدولة التي يقيم فيها؟

تتم المناقشة إلى يتم التوصل الى السائح الدولي كما يطلق عليه باللغة الإنجليزية International tourist

الهدف الثالث: تحديد فئات من المسافرين لا ينطبق عليهم تعريف السائح

استراتيجية التعليم والتعلم: المناقشة والحوار.



• دور المعلم: مناقشة فئات من المسافرين لا ينطبق عليهم تعريف السائح بالرجوع إلى شرائح الدرس.

الهدف الرابع: تعريف منظمة السياحة العالمية.

منظمة السياحة العالمية World Tourism Organization
هي منظمة دولية للأمم المتحدة تهتم بشؤون الدول من الناحية السياحية، وتصدر الإحصائيات المتعلقة بالطلب والعرض السياحي على مستوى العالم، مقرها في مدريد.



أبحث في الإنترنت عن أهداف منظمة السياحة العالمية

أهداف السياحة:
١- اكتساب المعرفة والعلم.
٢- تعرف عادات وتقاليد الشعوب والأمم الأخرى.
٣- نقل ثقافات وحضارات البلاد الأخرى.
٤- إعادة بناء الإنسان جسدياً ونفسياً وذهنياً.
٥- الترويج عن النفس وتجديد النشاط.

١٧



استراتيجية التعليم والتعلم: المناقشة والحوار.

- دور المعلم: يقوم المعلم بعرض معلومات تاريخية حول تاريخ تأسيس منظمة السياحة العالمية ومناقشة دورها من خلال الرجوع الى شرائح الدرس.

الهدف الخامس: تعديد أهداف السياحة.



استراتيجية التعليم والتعلم: فكر – زواج – شارك .

- دور المعلم: يكلف المعلم كل ثنائي بكتابة أهداف السياحة. تتم المناقشة لتحديد الأهداف والاجابة الصحيحة كالتالي:
أهداف السياحة:

- ١- اكتساب المعرفة والعلم.
- ٢- تعرف عادات وتقاليد الشعوب والأمم الأخرى.
- ٣- نقل ثقافات وحضارات البلاد الأخرى.
- ٤- إعادة بناء الإنسان جسدياً ونفسياً وذهنياً.
- ٥- الترويج عن النفس وتجديد النشاط.

خاتمة الدرس:

مراجعة المصطلحات والأهداف

أسئلة وأجوبة:

١. عرف السياحة والسائح؟
٢. قارن بين السائح الدولي والسائح الداخلي من حيث المفهوم؟
٣. هنالك فئات من المسافرين لا ينطبق عليهم تعريف السائح، من هم؟ يكتفي بثلاث نقاط
٤. عدد أهداف السياحة يكتفي بثلاث نقاط؟

التقويم

١. اذكر المصطلح المناسب للعبارة الآتية:

| الرقم | العبارة | المصطلح |
|-------|---|---------|
| ١ | عبارة عن انتقال الإنسان موقفاً من بلد إقامته المعتاد إلى أي بلد آخر أو منطقة أخرى مدة تزيد على ٢٤ ساعة ونقل عن عام واحد، لأي غرض غير الهجرة (الإقامة الدائمة) أو هجر العمل بالجر. | |
| ٢ | الشخص الذي يزور مناطق لأقل من ٢٤ ساعة. | |
| ٣ | كل شخص يقيم خارج موطنه المعتاد لفترة تزيد على ٢٤ ساعة ولا تتحول إلى إقامة دائمة. | |
| ٤ | أي شخص يتحرك من محل إقامته إلى أي وجهة أخرى لأي غرض من الأغراض سواء السياحة أو غيرها. | |

٢. هناك فئات من المسافرين لا ينطبق عليهم تعريف السائح، من هم؟ يكتفي بثلاث نقاط.

٣. هل يعتبر إنفاق المواطنين والمقيمين والعاملين بالخارج مصدراً للدخل القومي للدولة؟ اشرح.

٤. من هم سكان الحدود؟

الدرس الثاني: العوامل المؤثرة في صناعة السياحة

أهداف الدرس

- يُتَوَقَّع من الطالب بعد الانتهاء من هذا الدرس أن:
1. يعدد العوامل المؤثرة في صناعة السياحة.
 2. يقارن بين خدمات البنية الأساسية وخدمات البنية الفوقية.
 3. يحدد العوامل الاقتصادية المؤثرة في صناعة السياحة.

الفصل الرابع العوامل المؤثرة في صناعة السياحة

أدرك الإنسان أهمية العوامل البيئية (الطبيعية والبشرية) المحيطة به، فاستغل كل ما يمكن أن يطور نشاطه السياحي ضمن مجتمعه، من أجل تحقيق نظام سياحي متوازن فاعل يحقق رغبته في الرفاهية المعنوية والفكرية والثقافية والجمالية. إلا أن هناك عدة عوامل تؤثر في صناعة السياحة وهي كالآتي:



صورة رقم ٤٤ (أحد العوامل الطبيعية)

أولاً: العوامل الطبيعية

- تتمثل العوامل الطبيعية المؤثرة في صناعة السياحة في:
١. الموقع الجغرافي.
 ٢. المناخ.
 ٣. الطوبوغرافيا.
 ٤. الأماكن الأثرية، والتاريخية والمراكز الدينية.



الطوبوغرافيا

تعني طبيعة الأرض من جبال وهضاب ووديان، وطبيعة التربة والشواطئ، وغطاءة الحد والجزر ونوع الشاطئ (صخري، رملي) وإمكانيات البحر من الحياة البحرية. كل هذه تؤثر في اختيار الأماكن المناسبة لإقامة المشاريع السياحية المختلفة من فنادق ومنتجعات .. الخ.



ناقش مع أفراد مجموعتك العبارة الآتية: (مع طرح أمثلة من الواقع)
إن الموقع الجغرافي الجيد للدولة وحده لا يكفي لإنجاح صناعة السياحة بها، بل يجب توافر عدة عوامل أخرى ذات مستوى عالٍ تساهم في إنجاح السياحة.



١. اذكر ثلاثة أمثلة لدول تشتهر بوجود الأماكن الأثرية فيها.
٢. إن وجود إرث تاريخي في دولة ما يعتبر وسيلة جذب سياحي رئيسي لها، فكيف يمكن للدولة أن تحقق الاستفادة الأمثل لذلك الإرث؟

٣٨

الدرس النموذجي



المواد والأدوات اللازمة:

السبورة – أقلام -الكتاب المدرسي -البوربوينت – الإنترنت – الكمبيوتر -جهاز عرض البيانات (Data Show).

استراتيجيات التعلم والتعليم:

- استراتيجية المعلم الصغير

- استراتيجية العصف الذهني
- استراتيجية المناقشة والحوار

مهارات القرن الـ 21:

- التواصل والعمل الجماعي
- التمكين اللغوي
- المواطنة المحلية والعالمية

المواطنة والقيم الإسلامية:

- قيم الانتماء والولاء والمواطنة.
- القيم الإسلامية والإنسانية
- التعاون والاحترام
- الود والانضباط
- القيم الرقمية

ربط المنهج:

- الربط الأفقي: الربط بواقع الحياة
- الربط العمودي: الربط بالتاريخ الربط بالتاريخ الربط بالمواطنة المحلية والعالمية

المفردات الأساسية:

- الطبوغرافيا.

محتوى الدرس ومقترحات لتنفيذه:

التهيئة (النشاط الاستهلالي):

- يطرح المعلم السؤال التالي: ما العوامل التي تجذب السياح نحو بلد معين؟
- يتوقع من الطالب الإجابة: المناخ – الأماكن الأثرية والتاريخية والمراكز الدينية... إلخ
- تتم المناقشة ويؤكد المعلم على موضوع الدرس وهو العوامل المؤثرة في صناعة السياحة.

الهدف الأول: يعدد العوامل المؤثرة في صناعة السياحة.



استراتيجية التعليم والتعلم: العصف الذهني

- دور المعلم: يقوم المعلم بعرض ارشادات واضحة لأداء المهمة كالتالي:
 - ٥) سيتم عرض سؤال يجب الاجابة عليه بشكل جماعي.
 - ٦) السؤال: عدد العوامل المؤثرة في صناعة السياحة؟
 - ٧) يجب الانتهاء خلال ٣ دقائق.
 - ٨) عند الانتهاء يتم عرض الاجابات والمناقشة.
- دور الطالب: بعد الانتهاء تقوم كل مجموعة بعرض الإجابات وتتم المناقشة
- دور المعلم: تحديد الإجابات الصحيحة وهي كالتالي:
 - ١- العوامل الطبيعية.
 - ٢- العوامل البشرية.
 - ٣- العوامل البيئية.
 - ٤- العوامل الاجتماعية.
 - ٥- العوامل الاقتصادية.
 - ٦- العوامل السياسية.

عمل جماعي: ناقش مع أفراد مجموعتك العبارة الآتية مع طرح أمثلة من واقع الحياة: إنّ الموقع الجغرافي للدولة وحده لا يكفي لإنجاح صناعة السياحة بها، بل يجب توافر عوامل عدة أخرى ذات مستوى عالٍ تساهم في إنجاح السياحة.

الهدف الثاني: يقارن بين خدمات البنية الأساسية وخدمات البنية الفوقية.

استراتيجية التعليم والتعلم: معلم صغير



يتم شرح خدمات البنية الأساسية وخدمات البنية الفوقية من قبل معلم صغير.

ثانياً: العوامل البشرية:

1. خدمات البنية الأساسية:
 - خطوط الاتصال، مثل المطارات والموانئ البحرية ومحطات السكك الحديدية. بالإضافة إلى خدمات الاتصالات السلكية واللاسلكية.
 - الطرق والشوارع، وخدمات النقل المختلفة.
 - الإضاءة والتدفئة، والطاقة والمياه والصرف، ثم التخلص من النفايات.
2. خدمات البنية الفوقية:
 - محطات سفر الركاب.
 - الفنادق والمطاعم.
 - أماكن الترفيه.
 - تهيئات التسوق وما يماثلها.

ثالثاً: العوامل البيئية:

وهي الاستغلال الأمثل للمواقع والموارد السياحية والاختيار المناسب لتشروعات والنظم المعمارية. كما أن السياحة تعد عاملاً مهماً للمحافظة على البيئة وتطويرها وتحسينها، فالعلاقة بين البيئة والسياحة، علاقة تبادلية أي أن البيئة السليمة تعني سياحة ناجحة، وهي تعتبر من أهم عوامل الجذب السياحي.

فقر العنصر الأتي: "السياحة والبيئة وجهان لعملة واحدة".

رابعاً: العوامل الاجتماعية:

للعوامل الاجتماعية تأثيراً على السياحة، حيث أنها تساعد على إيجاد الدوافع السياحية التي تولاها لا قامت الحركة السياحية، وهذه العوامل هي:

1. الثقافة التي يتبع بها السائح.
2. اللغة والدين.
3. وقت الفراغ.
4. العادات والتقاليد الموروثة.

من ضمن العوامل الاجتماعية التي تؤثر في السياحة الدولية، "وقت الفراغ والتقاليد الموروثة"؟ وضع المقصود بالعنصر الأتي.

39

الهدف الثالث: يحدد العوامل الاقتصادية المؤثرة في صناعة السياحة.

استراتيجية التعليم والتعلم: المناقشة والحوار.

• دور المعلم: مناقشة العوامل الاقتصادية المؤثرة في صناعة السياحة بالرجوع إلى شرائح الدرس.

خامساً: العوامل الاقتصادية:

إن للعامل الاقتصادي تأثيراً كبيراً على مستوى السياحة، بالنسبة إلى السائح والدولة المستقبلة للسياح.

(أ) بالنسبة إلى السائح:

- متوسط دخل الفرد.
- سوق العملة، حيث أن تدهور العملة يؤثر في الدخل القومي وبالتالي في السياحة.

(ب) بالنسبة للدولة المستقبلة للسياح:

- الدولة التي تمتلك اقتصاداً قوياً يمكنها توفير التمويل اللازم لتطوير السياحة.
- استقرار الأسعار، والتقليل من معدل التضخم.
- استقرار الناتج الإجمالي أو انخفاض معدل البطالة.

سادساً: العوامل السياسية:

إن الاستقرار السياسي من أهم مصادر الجذب السياحي لأي منطقة ولأي دولة، وعامل من أهم عوامل تنشيط الحركة السياحية بها، فالجموع الذي يسوده الأمان والاستقرار السياسي يصبح مجتمعاً مرغوباً فيه وقيّة للسائح من كل أنحاء العالم.

إن المناخ السياسي والاقتصادي المستقر يعش في رحاب نشاط سياحي متدفق مستقر، أمن، في حين أن هناك عزوفاً ورفضاً للجذب السياحي في الدول التي يحدث فيها انقلابات سياسية أو حروب أو توقعات للحروب.

ترتبط الأوضاع السياسية في أي دولة بالنشاط السياحي والحركة السياحية. وضح المقصود بالعنصر الأتي.

سابعاً: الخدمات الأمنية والصحية:

إن السلامة والأمان تعان من الشروط الأساسية لنجاح السياحة في أي دولة؛ لأنها تمنح السائح ما يريد ويتناه، وهو الأطمئنان والأمان والسكنية. وتلك دولة قوانين وسياسات وإجراءات تتبع مع المسافرين والزائرين إليها، من أجل الحفاظ على الأمن والنظام وحقوق واجبات الأفراد، مثل:

1. إجراءات الدخول والخروج.

40

خاتمة الدرس:

التقويم

1. ضع علامة (✓) أو علامة (X) مع التعليل أمام العبارات الآتية:
 - أ. أن البيئة الطبيعية تحدد في حالات كثيرة مدى إمكانية موازاة النشاط السياحي.
 - ب. لا تؤثر الطوبوغرافيا في اختيار الأماكن المناسبة؛ لإقامة المشاريع السياحية المختلفة من فنادق ومقننات . . إلخ.
 - ت. خدمات البنية الأساسية تتوفر في محطات سفر الركاب والفنادق والمطاعم وأماكن الترفيه، وتسهيلات التسويق وما يماثلها.
 - ث. تزدهر صناعة السياحة في الدول التي توجد فيها إدارة سليمة تهتم بالموارد السياحية والاستغلال الأمثل للمواقع السياحية.
2. " إن للعامل الاقتصادي تأثيراً كبيراً على مستوى السياحة". اشرح مدى تأثير دخل الفرد على السياحة.
3. كيف توفر أنظمة وقوانين الدولة الحماية للسائح؟

- 1- اذكر ثلاثة أمثلة لدول تشتهر بوجود الأماكن الأثرية فيها.
- 2- إن وجود إرث تاريخي في دولة ما يعتبر وسيلة جذب سياحي رئيسي لها فكيف يمكن للدولة أن تحقق الاستغلال الأمثل لذلك الإرث.
- 3- إن للعامل الاقتصادي تأثير كبير على مستوى السياحة، اشرح مدى تأثير دخل الفرد على السياحة.

الدرس الثالث: التسويق السياحي

أهداف الدرس



يُتَوَقَّع من الطالب بعد الانتهاء من هذا الدرس أن:

١. يتعرّف التسويق السياحي.
٢. يعدّد أهمية التسويق السياحي.
٣. يذكر أهداف التسويق السياحي.
٤. يذكر خصائص التسويق السياحي.
٥. يميّز بين الطلب السياحي والعرض السياحي.

الفصل الثاني عشر التسويق السياحي

بعد قطاع السياحة في هذا العصر من أبرز القطاعات في معظم دول العالم المتقدمة والنامية، سواء على المستوى الاقتصادي أو الاجتماعي أو الثقافي، لذا فإن معظم دول العالم على اختلاف مستوى تقدمها تولي صناعة السياحة أهمية متزايدة والتي يعتمد نجاحها إلى حد كبير على عصفية التسويق. وتبرز أهمية هذا القطاع نظرًا لمساهمته المباشرة في الناتج المحلي لتلك الدول، هذا علاوة على قدرته على تحسين المستوى الاقتصادي وتحقيق معدلات تنمية عالية. ونظرًا للأهمية التي اكتسبها التسويق السياحي مع زيادة شدة المنافسة بين الدول السياحية للاستعواذ على أكبر نصيب ممكن من الأسواق المصدرة للسائحين أصبح نجاح التسويق السياحي مقياس نجاح الدولة السياحية في تحقيق أهدافها المتنوعة.



التسويق السياحي
نشاط إداري وفني تقوم به المنظمات والمؤسسات السياحية داخل الدولة وخارجها، لتحديد الأسواق السياحية المرتقة، ومعرفة والتأثير فيها؛ بهدف تنمية وزيادة الحركة السياحية القادمة منها، وتحقيق التوافق بين المنتج السياحي وبين الرغبات والدوافع للشرائح السوقية المختلفة.

أولاً: أهمية التسويق السياحي

للتسويق السياحي أهمية بالغة سواء على مستوى الدولة واقتصادها، وذلك لا تتمتع به هذه الدول من مقومات جذب سياحية على شكل آثار تاريخية، وأماكن سياحية وطبيعية، وغيرها أو على مستوى المجتمع وتوفير فرص عمل، أو على مستوى المنظمة السياحية وهي كالاتي:

١. إنعاش النشاط الاقتصادي

يؤدي التسويق السياحي إلى إنعاش النشاط الاقتصادي عن طريق زيادة الدخل القومي، من خلال النفقات التي ينفقها السائحون، وهذا له تأثير على تحسين ميزان المدفوعات وتنشيط الاستثمار.

٢. المساعدة في القضاء على البطالة:

بما أن السياحة تتطلب توفير العديد من المشروعات وتخصيص إدارات وأقسام في هيكلها التنظيمية؛ لنقدم

الدرس النموذجي



المواد والأدوات اللازمة:

السيبورة – أقلام -الكتاب المدرسي -البوربوينت – الإنترنت – الكمبيوتر -جهاز عرض البيانات (Data Show).

استراتيجيات التعلم والتعليم:

- استراتيجية القبعات الست

- استراتيجية العصف الذهني
- استراتيجيات المناقشة والحوار
- التعليم الإلكتروني

مهارات القرن الـ 21:

- التواصل والعمل الجماعي
- التمكين اللغوي
- المواطنة المحلية والعالمية

المواطنة والقيم الإسلامية:

- قيم الانتماء والولاء والمواطنة.
- القيم الإسلامية والإنسانية
- التعاون والاحترام
- الود والانضباط
- القيم الرقمية

ربط المنهج:

- الربط الأفقي؛ الربط بواقع الحياة
- الربط العمود؛ الربط بالتاريخ الربط باللغة الانجليزية الربط بالمواطنة

المفردات الأساسية:

- التسويق السياحي
- العرض السياحي
- الطلب السياحي

محتوى الدرس ومقترحات لتنفيذه:

التهيئة (النشاط الاستهلالي):

- دور المعلم: عرض صورة وطرح سؤال، ماهي الدولة التي تحبذ السفر إليها ولماذا؟

- يتم استلام اجابات متنوعة من الطلبة ويشير المعلم إلى إن المميزات التي تم ذكرها عن الدول المختارة تعد تسويق سياحي للدولة وهو ما سيتم مناقشته في الدرس.
- تتم المناقشة ويؤكد المعلم على موضوع الدرس هو التسويق السياحي.

الهدف الأول: تعريف التسويق السياحي.



استراتيجية التعليم والتعلم: المعلم الصغير – الحوار والمناقشة

- دور الطالب: قيام أحد الطلبة بدور المعلم الصغير لشرح تعريف التسويق السياحي.
- دور المعلم: تقديم الدعم والمتابعة على ما تم ذكره من قبل المعلم الصغير بالرجوع لشرائح الدرس.

الهدف الثاني: يعدد أهمية التسويق السياحي.



استراتيجية التعليم والتعلم: العمل الجماعي – عصف ذهني

- دور المعلم: يقوم المعلم بعرض ارشادات واضحة لأداء المهمة كالتالي:
 - ٩) سيتم عرض سؤال يجب الإجابة عليه بشكل جماعي.
 - السؤال: عدد أهمية التسويق السياحي.
 - ١٠) يجب الانتهاء خلال ٣ دقائق.
 - ١١) عند الانتهاء يتم عرض الاجابات والمناقشة.
- دور الطالب: بعد الانتهاء تقوم كل مجموعة بعرض الاجابات وتتم المناقشة
- دور المعلم: تحديد الاجابات الصحيحة وهي كالتالي:
 - ١- إنعاش النشاط الاقتصادي
 - ٢- المساهمة في القضاء على البطالة
 - ٣- توجيه استراتيجيات المنظمة السياحية.

الهدف الثالث: يذكر أهداف التسويق السياحي.



استراتيجية التعليم والتعلم: مناقشة وحوار.

دور المعلم: تتم مناقشة أهداف التسويق السياحي من خلال الرجوع لشرائح الدرس.

من خلالها المجهودات التسويقية، فهناك فرص عمل كثيرة تتولد من جراء ذلك، وتؤدي هذه الفرص إلى المساهمة الفاعلة في القضاء على البطالة في المجتمع.

٣. توجيه إستراتيجيات المنظمة السياحية:

يساعد التسويق المنظمة في وضع استراتيجياتها وتوجيه أنشطتها، حيث يمكن من خلال التسويق السياحي تعرّف المنتجات السياحية التي يرغب فيها السائح، وبالتالي توفيقها، وكذلك تسويقها أو بيعها.



التسويق السياحي ليس نشاطاً مستقلاً تقوم به بعض الأجهزة والمنظمات والمنشآت السياحية المتعددة (الشركات السياحية - المنشآت الفندقية - شركات النقل السياحي - الخ)، بل هو نشاط مشترك تمارسه مختلف الهيئات والجهات الرسمية العامة والخاصة وإن اختلفت أهدافها القريبة أو البعيدة.

• التسويق السياحي نشاط متعدد الجوانب لا يقتصر على العمل التسويقي في الخارج فقط ولكنه تابع أساساً من داخل الدولة التي تمثل المصدر الرئيسي لهذا النشاط حيث تتوفر له المقررات المختلفة والإمكانات المادية والبشرية اللازمة لتجاوزه واستمراره.



إن ما يبرر الاهتمام المتزايد بالسياحة وتشجيعها ومنحها التسهيلات المختلفة أنها تمثل مورداً دائماً قابلاً للزيادة وليس معرضاً للتناقص مثل بعض الموارد الطبيعية.

ثانياً: أهداف التسويق السياحي

هناك هدفان رئيسيان للتسويق السياحي:

١. معرفة السائح واكتشاف حاجاته وريغياته، للوصول إلى معرفة نوع الخدمات التي يطلبها والأسعار التي تتلاءم مع إمكانياته وظروفه. وعليه تقوم المنظمات السياحية بالبحث والدراسة لتحديد حاجات السائحين الحاليين والمرتقبين وريغياتهم.

٢. دعم مركز المنطقة السياحية المعن عنها في الأسواق السياحية وزيادة طلب السياح لزيارتها. وعليه، يُعدّ رجل التسويق السياحي فنياً متخصص في هندسة البيع والإقناع.

١٢٣

الهدف الرابع: يذكر خصائص التسويق السياحي.



استراتيجية التعليم والتعلم: مناقشة وحوار.

تتم مناقشة خصائص التسويق السياحي من خلال عرض صور توضيحية وبالرجوع إلى شرائح الدرس.



أهداف النشاط التسويقي لا تقتصر على مجرد بيع المنتج السياحي، ولكن على تحقيق الإيحاء الكامل لريغيات وتطلعات السائحين القادمين الحالية والمستقبلية.



تُعدّ السياحة صناعة خدمات في المقام الأول فإستثناء عدد محدود من السلع الملموسة التي تدخل في تكوين المنتج السياحي والفندقي مثل الهدايا التذكارية والوجبات والمشروبات فإن جوهر هذا المنتج يتمثل في خدمات لتعميل ويقوم باستهلاكها خلال إقامته في فترة الإجازة أو نزوله بالفندق.

ثالثاً: خصائص التسويق السياحي:

إن مبادئ التسويق المعمول بها في القطاعات الصناعية والتجارية تنطبق بالمثل في ميدان السياحة والفندقة، إلا أن للمنتج السياحي خصائص تميز بها ينبغي دراستها عند وضع السياسات التسويقية لها. وفيما يأتي توضيح لخصائص التسويق السياحي:



يقوم التسويق السياحي على إثارة الدوافع والاتجاهات لدى السائحين المرتقبين من شتى أنحاء العالم لزيارة دولة أو منطقة معينة لغرض من أغراض السياحة المعروفة.



لا يخضع المنتج السياحي لحياسة شخص معين ولا ينتقل إليه مقابل ما يدفعه من مال ولكن يمكن أن يتمتع به أكثر من شخص في وقت واحد ولفترة محدودة.

١٢٤

الهدف الخامس: يميّز بين الطلب السياحي والعرض السياحي.



استراتيجية التعليم والتعلم: استراتيجية الصنف المقلوب.

دور المعلم: توفير مطوية توضّح الفرق بين الطلب السياحي والعرض السياحي على الطالب قراءة المطوية قبل الحصة أثناء الحصة يتم حلّ النشاط التالي:

١- املأ الفراغ بالمصطلح المناسب:

- _____ هو كل ما يمكن ان يقدم ويعرض للسائح الفعلي أو المرتقب.

- _____ الكمية التي تنوي مجموعة معينة من المستهلكين شرائها من سلعة وبسعر محدد في زمان ومكان محددين.

٢- ما هو العرض السياحي؟ مع ذكر اثنين من عوامل العرض السياحي.

٣- قم باختيار موقع سياحي وصمّم عرض سياحي لذلك الموقع.



الطلب السياحي يمكن تعريفه على أنه الكمية التي تنوي مجموعة معينة من المستهلكين شراؤها من سلعة، وبسعر محدد في زمان ومكان محددين.

ويمكن قياس أو حساب مستوى الطلب أو حجمه بأسعار مختلفة وذلك على الفرض بقاء العوامل الأخرى المؤثرة في الطلب على حالها. وهذا الافتراض قد يصبح لحد ما على بعض السلع، إلا أنّ المسألة في السياحة أكثر تعقيداً. فالعوامل الرئيسية التي تؤثر وتتحكم بالسائح في السفر إلى منطقة ما عوامل مختلفة ومتباينة إلى الدرجة التي تجعل الطلب السياحي يبدو مختلفاً. فعناصر السياحة هي توافر أوقات الفراغ ودخل قابل للتعلق (الدخل الزائد عن الحاجة أو الدخل السياحي) بالإضافة إلى مجموعة من العوامل الأخرى.

ويقدم السوق السياحي بصفة عامة بأخبار المصدر الرئيسي للطلب السياحي إلى وحدات أو شرائح غير متجانسة تمثلها مجموعات المستهلكين السياحيين كل مجموعة من تلك المجموعات لها خصائصها وسماتها التي تميزها عن المجموعات الأخرى، لذلك فإن دراسة السوق السياحي بترجمة الحقلية كمصدر أساسي للطلب السياحي مطلب مهم.

التقويم

١- ما أهمية التسويق السياحي؟

٢- للتسويق السياحي هدفان رئيسيان اذكرهما؟

٣- اذكر خصائص التسويق السياحي؟

٤- ما المقصود بكل من:

- التسويق السياحي

- العرض السياحي

- الطلب السياحي

٥- ما هي العوامل التي تؤثر على الطلب السياحي؟

رابعاً: العرض والطلب السياحي

تعد السياحة أحد الظواهر الاجتماعية التي تخضع لظروف العرض والطلب، فالطلب السياحي يتأثر بالظروف والعوامل الاقتصادية والاجتماعية والسياسية في الدول المستقبلة للسياحة. إضافة إلى فهم العلاقة بين زيادة الأسعار وانخفاض الطلب السياحي، وبين انخفاض الأسعار وارتفاع الطلب السياحي. بعد التنشيط السياحي المحضّر الأساسي للترويج السياحي الذي يهدف للتسويق السياحي والذي من خلاله توضح الصورة السياحية للدولة؛ وتبرزها لشراء المنتج السياحي، وترجع الزيادة على الطلب السياحي المعاني إلى عوامل كثيرة منها التقدم العلمي والتكنولوجي لوسائل النقل البري والبحري والجوي، في العصر الحديث زاد اهتمام الدول المستقبلة للسياحة بقياس الطلب السياحي، فهو يمثل أحد العناصر الأساسية التي يتم وضع خطة الدولة السياحية من خلال بعض المعطيات ومنها حجم الحركة السياحية الدولية القادمة إليها.

(أ) العرض السياحي Tourist Supply

والعرض السياحي يتضمن العوامل الآتية:

١- جذب الطبيعة، مثل المناخ وهبة الأرض والغابات... إلخ.

٢- التاريخية والثقافية والدينية... إلخ، مثل آثار الحضارات القديمة - الأماكن الثقافية (متاحف، معارض... إلخ) التقدم العلمي والتكنولوجي.

٣- وكذلك الخدمات والسلع التي قد تؤثر في الأفراد وتشجعهم وتدفعهم لزيارة بلد معين.



العرض السياحي

هو كل ما يمكن أن يقدمه ويعرضه المقصد السياحي إلى السائح الفعلي أو المرتقب.

(ب) الطلب السياحي Tourist Demand

الطلب السياحي هو التعبير عن رغبة المستهلكين السياحيين في زيارة مقصد سياحي معين. ويعبر الطلب السياحي عن مزيج مركب من عدة عناصر مختلفة قوامها دوافع ورغبات وميول السائح، بالإضافة إلى مؤثرات اجتماعية واقتصادية أخرى.

١٢٦

خاتمة الدرس:

١- ما أهمية التسويق السياحي؟

٢- للتسويق السياحي هدفان رئيسيان اذكرهما.

٣- اذكر خصائص التسويق السياحي.

٤- ما المقصود بكل من التسويق السياحي - العرض السياحي -

الطلب السياحي.

٥- ما هي العوامل التي تؤثر على الطلب السياحي.

١٢٧

الدرس الرابع: الفئات المختلفة من المسافرين

أهداف الدرس



يُتَوَقَّع من الطالب بعد الانتهاء من هذا الدرس أن:

1. يتعرّف على فئات المسافرين.
2. يحدّد شروط قبول شركات الطيران للحالات الخاصة.
3. يحسب سعر تذكرة الحالات الخاصة.
4. يحدّد أهم النصائح والإرشادات للمسافر

الفصل التاسع الفئات المختلفة من المسافرين

المسافر الذي يحتاج إلى عناية خاصة يحتاج بعض المسافرين إلى عناية خاصة عند السفر - وذلك لفهمهم الصحية - حيث تختلف عن العناية التي يحصل عليها المسافر العادي .
ويجب على وكيل السفريات الإلمام بما يتبع في مثل هذه الحالات الخاصة حتى يمكنه القيام بالإجراءات الآتية:
1. احتساب قيمة التذكرة للمسافر .
2. معرفة الإجراءات التي تتخذ لكل حالة على حدة وتقاضي عدم قبول المسافر في آخر لحظة من قبل شركة الطيران في المطار .



عندما يقابل وكيل السفريات حالة خاصة بشك في الإجراءات التي يجب أن تتخذ بشأنها ، عليه الرجوع إلى شركة الطيران قبل إصدار التذكرة وعدم المجازفة بذلك .

هناك أنواع من المسافرين الذين يحتاجون إلى عناية خاصة:

1. المسافر المريض بالقلب:
وهو الذي يشعر باضطرابات في القلب عند السفر ويحتاج إلى علاج سريع . . مثل هذا المريض يمكن أن نقله شركة الطيران ، إما بمفرده وإما مع مرافق ، وذلك حسب حالته ، ويطلب إلى المسافر إبراز شهادة صحية تثبت لياقته الصحية للسفر .



2. المسافر الذي يستعمل الكرسي المتحرك Wheelchair Passenger

عادة لا يدفع المسافر أي أجر إضافي على الكرسي المتحرك ، حيث توفره شركات الطيران مجاناً ، إلا أن هناك حالات يطلب فيها إلى المسافر دفع أجر إضافي في حالة طلب خدمة كرسي متحرك ، وخاصة إذا كان مسافراً مع إحدى شركات الطيران الاقتصادي (Low Cost Airline) .

٩٤

الدرس النموذجي



المواد والأدوات اللازمة:

السيبورة - أقلام - الكتاب المدرسي - البوربوينت - الإنترنت - الكمبيوتر - جهاز عرض البيانات (Data Show).

استراتيجيات التعلم والتعليم:

- استراتيجية الاستنتاج
- استراتيجية المعلم الصغير
- استراتيجية المناقشة والحوار
- استراتيجية العمل التعاوني

مهارات القرن الـ 21:

- التواصل والعمل الجماعي
- التمكين اللغوي
- المواطنة المحلية والعالمية
- القيادة وصنع القرار
- الإبداع وحل المشكلات

المواطنة والقيم الإسلامية:

- قيم الانتماء والولاء والمواطنة.
- القيم الإسلامية والإنسانية
- التعاون والاحترام
- الود والانضباط
- القيم الرقمية

ربط المنهج:

- الربط الأفقي؛ الربط بواقع الحياة
- الربط العمود؛ الربط بالرياضيات الربط باللغة الإنجليزية الربط بالمواطنة

محتوى الدرس ومقترحات لتنفيذه:

التهيئة (النشاط الاستهلالي):

- استراتيجية مرشد التوقعات
- يطرح المعلم عدد من العبارات ليحدّد الطالب ما إذا كان موافقا أو معارضا لهذا العبارة

- ١- يستطيع المسافر الممرض بالقلب السفر على الطائرة.
 - ٢- المسافر المستلقي على ظهره لا يمكنه التحرك ويحتاج إلى رافعة خاصة لنقله إلى الطائرة
 - ٣- تستطيع السيدة الحامل في الشهر الثامن من الحمل الركوب إلى الطائرة
 - ٤- يوجد شروط للمسافرين القصر
- دور الطالب يتم تلقي الإجابات من الطلبة والرجوع إليها في النشاط الختامي.
 - تناقش المعلمة الطلبة كالتالي: نستنتج من العبارات السابقة أن للمسافرين فئات مختلفة سنتعرف عليها في درسنا لليوم.

الهدف الأول: يتعرّف على فئات المسافرين.



استراتيجية التعليم والتعلم: الاستنتاج والعمل التعاوني

- دور المعلم: يقوم المعلم بعرض صور توضح فئات المسافرين الستة وعلى كل مجموعة استنتاج فئة المسافرين الستة من هذه الصور خلال فترة زمنية محددة من قبل المعلم بعد مناقشة الإجابات وتحديد فئات المسافرين الصحيحة من قبل المعلم والطلبة يتم توزيع كل فئة على مجموعة طلابية ليتم العمل التعاوني وشرح هذه الفئة كمعلم صغير

الهدف الثاني: يحدّد شروط قبول شركات الطيران للحالات الخاصة.



استراتيجية التعليم والتعلم: المناقشة والحوار

- دور المعلم: يقوم بشرح مثال على طريقة تحديد سعر التذكرة وبعد ذلك يتم تقديم نشاط باستخدام برنامج تفاعلي مثال برنامج word wall
- دور الطالب حل النشاط التفاعلي

الهدف الثالث: بحسب سعر تذكرة الحالات الخاصة.



استراتيجية التعليم والتعلم: المناقشة والحوار.

- دور المعلم: مناقشة مثال حول طريقة حساب سعر تذكرة الحالات الخاصة.

الهدف الرابع: يحدّد أهم النصائح والإرشادات للمسافر



استراتيجية التعليم والتعلم: فكر زوج شارك (العمل الثنائي)

- دور المعلم: يقوم المعلم بتكليف الطالب بتقديم اقتراحات لنصائح وحل المشكلات التي ممكن تواجه المسافرين وبعد ذلك تتم المناقشة وتقديم التغذية الراجعة بشكل مباشر وفوري وتحديد الاجابات الصحيحة من قبل المعلم.

خاتمة الدرس:

الإجابة على مرشد التوقعات.



شروط المسافرين للصر
 ١- يجب إبلاغ شركة الطيران أثناء حجز التذكرة، وإعطاء تفاصيل كاملة عن النقل (اسم التلاقي، العمر، عنوان ورقم تلفون الوصول والمقالت في محطات القطار والوصول).
 ٢- بعض المسافرين خاصة، حيث نبدأ وسنلحسب نسبة من إلى موظف المراجعة من المطار والبيع الباقية توضع في حافظة خاصة ب (UM) - جواز السفر والمستندات الأخرى إن وجدت وتسلم إلى الضيفة المرافقة أو رئيس المظف في الطائرة.
 ٣- في محطة الوصول يتم استلام الطلق ويساعد على إنهاء إجراءات الجوازات والجمارك ويسلم إلى ذويه.

نصائح وإرشادات للمسافرين:

من الأهمية بمكان أن يكون المسافر على دراية تامة بالأمر والمشاكل الصحية التي قد تواجهه أثناء السفر بطريق الجو، وفيها يلي بعض النصائح التي يجب أن يتروها.

١. **معدل الرطوبة / الجفاف في مقصورة الطائرة:** (Cabin Humidity Levels)
 تلمي نسبة الرطوبة في مقصورة الطائرة بأقل من 2٢% تغير من الأمور الشائعة، ويرجع ذلك إلى مستويات مختلفة للغاية في نسبة رطوبة الهواء خارج المقصورة (الغلاف الجوي) التي تزود بها المقصورة، وبالتالي فإن ارتفاع أو انخفاض درجة الرطوبة يكون أمراً طبيعياً، ولكن معدل الرطوبة أو الجفاف في هواء مقصورة الطائرة أحد أهم عوامل التوتر عند المسافرين، وذلك لأن انخفاض معدل الرطوبة في الهواء يسبب جفاف الأنف والمخروعة والعينين، ومن الممكن أن يسبب تهيجاً في عيون مستخدمي العدسات اللاصقة، وللوقاية من هذه المشاكل يُنصح المسافر بما يأتي:
 • شرب الماء والتغذية من حين لآخر خلال فترة الرحلة.
 • الاعتدال في شرب الشاي والقهوة، لأن هذه المشروبات تدر البول وتساعد على جفاف الجسم.
 • شرب المياه والاعتدال في شرب الشاي والقهوة، لأن هذه المشروبات تدر البول وتساعد على جفاف الجسم.
 • استخدام مرطبات وكريمات ترطيب وإعطاء الجلد.
 • العناية بالأكتر بما تزداد أعراضها نتيجة جفاف الهواء، لذا لا بد من استشارة الطبيب قبل موعد الرحلة لتتوصل على الدواء اللازم لتخفيف ذلك.

٢. **التغذية (الأكل والشرب):** (Nutrition, Eating & Drinking)
 جرت العادة أن تقدم شركات الطيران الوجبات الصحية والمشروبات أثناء الرحلة، كما أن في معظم الطائرات يتم تقديم أكثر من وجبة في أثناء الرحلة الطويلة، مما يتيح للمسافر على تناول كميات كبيرة في بعض الأحيان، مما يسبب له القئمة، وعدم الراحة والاضطرابات المعوية. وبالتالي فإن تناول الأكل والشرب السليم يؤدي إلى تعزيز الراحة أثناء الرحلة وبعدها على حد سواء.

٩٧

التقويم

١. ماذا يجب على موظف السفريات الإلام بما ينبغي في الحالات الخاصة للمسافر؟
٢. بصفتك موظفاً بأحد مكاتب السياحة والسفر، طلب منك مسئولك توضيح الإرشادات اللازمة لكل من:
 • طفل مسافر بعمره (٢ - ١١ سنة)
 • شاب مسافر بعمره U.M (١١ - ١٥ سنة)
٣. بصفتك مضيفاً على شركة طيران الخليج، حدد النصائح التي يجب أن تقدمها للمسافرين على الطائرة والمخربون إلى الولايات المتحدة الأمريكية:
 • الطفل جاسم مصاب بمرض السكر.
 • يشكي الطفل عبد العزيز من ألم في إذنه عند إقلاع الطائرة.
 • محمد يعاني من الجفاف في جسمه.
 • عائشة تليس عدسات لاصقة.
 • الجدة التي تبلغ من العمر ٧٥ سنة وتشعر بالإجهاد والأرق وعدم الاتزان.

٩٨

