الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة محمد بوضياف -المسيلة

كلية :العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير
قسم: **العلوم التجارية**
رقم: .....

ميدان: علوم اقتصادية تجارية وعلوم التسيير
فرع: علوم تجارية.
تخصص: تسويق الخدملت

مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماستر الأكاديمـــي

إعداد الطلبة:
بوساق سارة

تحت عنوان:

تسويق الخدمات التعليمية عن بعد
(لفئة ذوي الاحتياجات الخاصة)
مشروع مؤسسة ناشئة

لجنة المناقشة:

د.	جامعة محمد بوضياف المسيلة	رئيســا
د. حجاب موسى	جامعة محمد بوضياف المسيلة	مشرفا و مقررا
د.	جامعة محمد بوضياف المسيلة	مناقشا

السنة الجامعية : 2022/2021

المقدمة

يعد التعليم حق من حقوق الإنسان التي تخول له الحصول على تعليم مجاني مناسب لخصائصه وقدراته وان يتم هذا التعليم في بيئة قليلة القيود بما يتلاءم والاحتياجات الفردية لكل فرد وبصرف النظر عن قدراته وإعاقاته .

وتعد إعاقات التعلم احد أهم الإعاقات الخفية التي تعوق الأداء المدرسي لدى التلاميذ وتعطله بحيث تصبح خدمات التربية الخاصة ضرورية لهؤلاء التلاميذ

والتعليم عن بعد احد طرق التعليم الحديثة نسبيا ويعتمد مفهومه الأساسي على وجود المتعلم في مكان يختلف عن المصدر الذي قد يكون الكتاب أو المعلم أو حتى مجموعة الدارسين

إن التكنولوجيا الجديدة أصبحت تقدم يد العون إلى فئة الأشخاص ذوي الاحتياجات الخاصة حيث هناك الكثير من التطبيقات و الأدوات التي يمكن أن تساعد في تخفيف الصعوبات التي تواجه هذه الفئة بشكل يومي ودعم الوصول إلى المعلومات على نحو يكفل لهم المعرفة وحرية التعبير و التواصل الشخصي وإبداء الرأي.

1-إشكالية الدراسة :

على ضوء ما سبق يمكننا طرح الإشكالية التالية :

ما مدى تأثير تسويق الخدمات التعليمية عن بعد على التحصيل العلمي لفئة ذوي الاحتياجات الخاصة ؟

وضمن الإطار العام لهذه الإشكالية تطرح جملة من التساؤلات الفرعية التالية:

- ما مفهوم الخدمات التعليمية عن بعد؟
- وماهي الاحتياجات التعليمية لذوي الاحتياجات الخاصة؟
- ما هو الفاقد التعليمي وكيفية تعويضه ؟
- وهل هذه الخدمات المقدمة تساعدهم في مواكبة المجتمع؟

2- فرضية الدراسة :

وتحت فرضية أساسية ألا وهي : **أن جميع الفئات الخاصة يمكن مساعدتهم وتدريبهم على تطوير مهاراتهم وقدراتهم التعليمية**

3- أهمية الدراسة :

- التفاعلية
- المرونة
- سهولة الوصول والإتاحة في اي وقت
- التغلب على عيوب التعلم التقليدي
- تعدد الوسائط المستخدمة في التعليم
- مراعاة الفروق الفردية بين المتعلمين
- سهولة التحديث والتعديل والحذف

4- اهداف الدراسة :

- تذليل الصعوبات لتعلم ذوي الاحتياجات
- تقديم الرعاية والاهتمام
- تحقيق النجاح في البرنامج التعليمي المنتظم
- إدماجهم في الحياة الاجتماعية
- زرع الثقة في أنفسهم وتنمية شخصياتهم

تتناول في هذا الفصل دور التعلم الرقمي لتلاميذ ذوي الاحتياجات الخاصة وانعكاس ذلك على قدراتهم التحصيلية وكيف يمكن استخدام أنماط التعلم الرقمي في الدروس وما جدوى تلك الدروس. وتحديد آليات استخدام التعلم الرقمي بأنماطه المختلفة في إعداد المعلم وتدريبه وتحليلها

و التسويق التعليمي مهم لكل مؤسسة أو منظومة تعليمية مهما كان حجمها صغيرة أو متوسطة أو كبيرة وأيا كان نوعها مدرسة خاصة أو حكومية، تستهدف الطلاب الكبار أو الأطفال، لكن لابد التركيز أكثر وأكثر على جودة الخدمة المقدمة طبعا بجانب التسويق مثلما ذكرنا سابقا بدون الجودة كل الجهود التسويقية غير فعالة ومع الجودة بدون جهود تسويقية لا أحد يلتفت لك، وللنجاح أكثر في هذا على المؤسسات جعل العميل هو محور العملية التسويقية هو مركز الدائرة لا من ناحية الجودة المقدمة والبرامج التعليمية ولا من ناحية المحتوى الخاص بها.

المبحث الأول : التسويق التعليمي

التسويق هو العمود الفقري لأي عمل ومنظمة، المقالة هذه توضح أكثر عن التسويق التعليمي وفائدته على المنظمة التعليمية.

العالم في تجدد وتوسع ودائما المنافسة حادة بين الشركات والمؤسسات في مختلف المجالات الربحية والغير ربحية، وحتى تتمكن كل مؤسسة من الوصول إلى جمهورها المستهدف عليها الاستفادة من كل الطرق والأسلحة المتواجدة في الساحة، وأهم سلاح يتوجب على كل منظمة استعماله وإتقانه هو التسويق، التسويق التعليمي قد يبدو الأمر غريبا على البعض ويصعب عليهم ربط مجال التعليم بالتسويق لكن في الوقت الراهن ومع التطور التكنولوجي الحاصل ووفرة المصادر التعليمية المجانية والمدفوعة واشتداد المنافسة فيه ومن جهة أخرى لما للتعليم من أهمية في تطوير الأمم يعتبر هذا المجال من أكثر المجالات التي تحتاج إلى استراتيجيات تسويقية قوية وتنافسية. في هذا المقال سنحاول التعرف أكثر على مصطلح التسويق التعليمي وأهم الاستراتيجيات المتبعة فيه والتي لاقت نتائج مرضية على مستوى المؤسسات والمنظمات التعليمية.

المطلب 1:مفهوم التسويق التعليمي

التسويق التعليمي هو نوع من أنواع التسويق يجمع بين الأساليب والاستراتيجيات والأدوات والبحوث لتحليل السوق، وتكييف خدمات المنظمة التعليمية مع احتياجات وتوقعات عملائها المحتملين واحتياجات وتوقعات سوق العمل، إضافة لهذا ترسيخ عروض القيمة المضافة الخاصة بالمؤسسة التعليمية في ذهن الجمهور المستهدف. بالمختصر يعني تحويل المدرسة إلى علامة تجارية من أجل زيادة ظهورها وإضافة قيمة لها وللمجتمع المتواجدة فيه باستقطاب طلاب جدد أو مستثمرين وباحثين أكاديميين.

التسويق للمؤسسات التعليمية يستخدم نفس القنوات والاستراتيجيات مثل أنواع التسويق الأخرى، ولكن بتركيز مختلف. ما معنى بتركيز مختلف؟ التسويق للمنتجات والخدمات الأخرى يكون التأثير في الجمهور أسهل وحتى النتائج التي يريد رؤيتها يمكنك تجسيدها له أو يمكنه رؤيتها على المدى القصير، لكن التسويق التعليمي يكون الأمر صعب نوعا ما لأن المهمة هنا محاولة التأثير على الناس عند اتخاذ قرار من شأنه

تغيير حياتهم كليا والنتائج لا تكون فورية، وحتى المستقبل متغير ومتطلبات سوق العمل متجددة لهذا كلما كانت المؤسسة مرنة ولديها القابلية للتأقلم ومع استعمال الصدق والشفافية والعاطفة تكون أكثر قدرة على النجاح في التسويق لخدماتها التعليمية.

المطلب 2:أهداف التسويق في المؤسسات التعليمية[1]

- دراسة السوق والتعرف على احتياجاته واختيار الفئة المستهدفة مع تقديم الحلول لها، كذلك دراسة المنافسين ونقاط ضعفهم حتى تتمكن المؤسسة من صياغة رسالة قوية وتقديم قيمة مضافة حقيقية تسمح لها بالتنافس والتفرد على المنافسين.
- بناء الوعي بالمؤسسة التعليمية، تعريف الجمهور المستهدف بالمؤسسة والكفاءات المتواجدة فيها كذلك البرامج المتبعة من قبلها يسهل الأمر عليه باتخاذ القرار في التسجيل فيها.
- استقطاب العملاء المحتملين من أولياء الأمور والأساتذة و الأكاديميين والباحثين وحتى بناء تعاونات مع شركات تجارية واقتصادية ورفع معدل انضمامهم إلى المؤسسة مع الحفاظ على العملاء القدامى، بالإضافة لهذا جلب المستثمرين ولفت الأنظار محليا ودوليا.
- ارتفاع المدخول وزيادة الأرباح، القدرة في التأثير على العملاء المحتملين وتحويلهم إلى دائمين وسفراء يساهم في جعل المؤسسة التعليمية رائدة في مجالها وهذا بدوره يساهم في زيادة الأرباح وتنوع مصادر الدخل، إذا تمكنت المؤسسة التعليمية من تصدر الريادة فلن يكون مدخولها من تسجيل الطلاب فقط، بل من الطلاب والباحثين والمدارس المنافسة من خلال تقديم المشورة والتدريب لهم والشركات المصنعة للأدوات المادية التي تستخدمها المؤسسة والبنوك إلى آخره من مصادر الدخل.
- توسيع الحصة السوقية، هذا الهدف يعتبر من أهم الأهداف التسويقية التي تسعى إليها المؤسسات التعليمية الطموحة وكل الأهداف السابقة التي تم ذكرها تعتبر كحجر الأساس لتحقيق هذا الهدف محليا وبالأخص دوليا.

[1] أ.م/محمد حميد راضي،واقع تسويق الخدمات التعليميةمجلة الادارة والاقتصاد،كلية المأمون،العدد 85 ،2010.

المطلب 3: أثر تسويق الخدمات التعليمية على المنظمة التعليمية[2]

- المنظمات التعليمية التي لديها خطة تسويق محكمة تكون لديها القدرة على تتبع ودراسة وتحليل سلوك الطلاب أو الجمهور المستهدف بصفة عامة وبالتالي تكون أكثر قدرة على تدارك الأخطاء في مسيرتها العملية.
- زيادة الكفاءة في تطوير البرامج و ملاءمتها مع جمهورها المستهدف حسب الأوضاع المحيطة به وهذا يساهم بشكل كبير في استقطاب المزيد من الطلاب والمحافظة عليهم.
- مرونة التعامل مع البيئة المحيطة، التسويق الصحيح يرفع من مرونة المؤسسة التعليمية في التعامل مع المتغيرات الخارجية، وهذا يكون بفضل البحوث التسويقية والنتائج المتحصل عليها بشكل مستمر.
- التسويق التعليمي يساهم في تكوين صورة ذهنية قوية عند الجمهور المستهدف على المدى القصير والمدى الطويل والمدى الطويل جدا، مثلا ممكن شخص معين لم يتلقى تعليم في مؤسسة معينة لكن بفضل التسويق الجيد يحقق هذا الطموح من خلال ابن أو حفيد له.
- الحصة السوقية التي تحصل عليها المؤسسة التعليمية تقدر بمدى تركيزها في التسويق لخدماتها وليس بمدى أقدميتها، هناك مؤسسات تعليمية عريقة لكنها غير معروفة في السوق وهذا نتيجة غياب تسويق الخدمات التعليمية الخاصة بها، ولهذا كلما المنظمة سارعت في عمل خطط تسويقية كلما وسعت حصتها السوقية وسيطرت على السوق.
- سهولة التواصل مع الجمهور المستهدف وبناء العلاقات والشركات الداعمة للمؤسسة التعليمية.

[2] .م/محمد حميد راضي ، مرجع سبق ذكره .

المطلب 4: الخطة التسويقية في التسويق التعليمي[3]

- **دراسة السوق** في التسويق الخطوة هذه تكون قبل كل شيء وتكون متواجدة ومستمرة مع المنظمة التعليمية طالما هي متواجدة، في المرحلة الأولى دراسة السوق في التسويق التعليمي تساعدك في التعرف على المدارس والمؤسسات التعليمية المنافسة، المكان المناسب أو الموقع الأفضل لمدرستك، البرامج التعليمية المطلوبة، الأسعار ولغات التدريس ومن خلال هذه الخطوة يمكن للمؤسسة اكتشاف الثغرة أو الحلقة المفقودة في المجال حتى تعمل عليها وتكون نقطة تفرها وتميزها على منافسيها، هذه الخطوة تنتج عنها تجزئة السوق ومعرفة السوق الأولي الذي تريد المؤسسة اقتحامه وهذا يسهل عليها الخطو الموالية.
- **تحديد الجمهور المستهدف** من هو الجمهور المستهدف؟ الوصول الفعال إلى الجمهور المستهدف يكون من خلال معرفة احتياجات الطلاب والأسر والشركات التي ستوظف الطلاب في المستقبل ومحاولة تلبيتها. يجب تطوير الخطة التعليمية بهذا التركيز، ما الذي تبحث عنه الأسرة في المدرسة؟ ما الذي يقدرونه أكثر؟ ما هي المعايير التي يأخذونها في الاعتبار عند اتخاذ قرارهم؟ هيبة، جودة، برنامج تعليمي، القرب من المنزل في حالة المدارس الابتدائية ورياض الأطفال، شهادات؟ يجب دائما التطلع للمستقبل ومحاولة معرفة الأفكار المستقبلية والحالية للأسرة وحتى الشركات والمنظمات التي ستستقبل هذا الطالب بعد تخرجه.
- **تحديد الأهداف** ماذا تريد أن تحقق؟ قبل أن تفعل أي شيء آخر، من المهم أن تجيب على هذا السؤال، أهدافك هي أساس خطتك التسويقية وستحتاج إلى التأكد من أنها محكمة ومتماشية مع مؤسستك التعليمية. وأهم طريقة لكتابة أهداف محكمة فعالة هي كتابة أهداف ذكية SMART محددة وقابلة للقياس ويمكن تحقيقها وذات صلة وقائمة على الوقت، الخطوة هذه تساعدك في تتبع تقدمك وإصلاح الأخطاء مع الوقت.
- **تحديد البرامج المناسبة والقيمة المضافة** بعد الخطوات السابقة من مخطط التسويقي التعليمي تكون اتضحت الرؤية أكثر أمام المؤسسة حول أفضل البرامج التعليمية المطلوبة في البيئة المتواجدة فيها، والقيمة المضافة للجمهور المستهدف والتي في العادة يتم اكتشافها في مرحلة دراسة السوق تكون مثل

[3] .م/محمد حميد راضي ، مرجع سبق ذكره .

الطعم الذي يستعمله الصياد لاصطياد فريسته وكلما كانت القيمة المضافة مصاغة بطريقة محكمة كلما كانت المؤسسة التعليمية ناجحة في التسويق الخاص بها.

- **تحديد الرسالة الموجهة** الرسالة الموجهة يتم صياغتها بعد تحديد الجمهور المستهدف ومعرفة القيمة المضافة للمؤسسة التعليمية، يجب أن تكون الرسالة تخص الجمهور ومحكمة الصياغة ومتقنة جدا في اختيار الألفاظ والكلمات التي تثير العملاء، وفي هذه النقطة لا وجود للارتجالية لأن كلمة خاطئة واحدة تفهم من رسالتك الموجهة لجمهورك يمكنها أن تؤدي بالمنظمة التعليمية ككل للهاوية وتخسر الكثيرون لهذا في مرحلة دراسة الجمهور يجب التفصيل جيدا من ناحية الثقافة والعمر والموقع الجغرافي وحتى الكلمات اليومية التي لها تأثير عليه.
- **تحديد القيم المتبناة في المؤسسة** لماذا الخطوة هذه مهمة جدا وخاصة في مجال التعليم، التعليم في الغالب وخاصة المراحل التأسيسية للطفل يكون مرتبط بالتربية، فليس من المعقول أن تكون مؤسسة تعليمية تستهدف طائفة دينية معينة وقيم هذه الطائفة تكون غير معمول بها في المؤسسة، مثال مؤسسة تعليمية تستهدف طلاب مسيحيين وتعتمد بعض القوانين الداخلية في المؤسسة للمسلمين أو العكس تستهدف المسلمين وتطعمهم لحم الخنزير في المطعم هذه الأمثلة فقط للتوضيح، ضروري تكون هوية المؤسسة واضحة جدا لكل الأطراف.
- **تحديد الموارد والاستراتيجيات المتبعة في العملية التسويقية** بعد كل الخطوات الضرورية السابقة وتوضح الرؤية التسويقية للمؤسسة التعليمية عليها تحديد الموارد والاستراتيجيات التي ستتبعها في عمليتها التسويقية وتسهل عليها مهمة الوصول إلى جمهورها، هذه الموارد ممكن تكون مادية وغير مادية ويتم تحديدها بناء على الجمهور الذي تريد الوصول إليه ومكان تواجده.

المطلب 5: المزيج التسويقي في خطة التسويق التعليمي[4]

- **المنتج** في حالة التسويق التعليمي المنتج يكون نوعين البرامج المعتمدة في المؤسسة ومحتوى الدورات وحتى الأنشطة المنهجية واللامنهجية وهذا يعتبر الجزء الغير ملموس -الخدمة- من المنتج النوع الثاني هم الطلاب المتخرجين من المدرسة أو الجامعة على المدى الطويل وهذا يعتبر الجزء الملموس من المنتج، جودة هذا العنصر تعتبر أساس المزيج التسويقي ككل وغيابه يحدث خلل كبير في الخطة التسويقية مهما كانت جودة العناصر المتبقية.
- **السعر** العنصر هذا مهم في خطة التسويق التعليمي ويجب أن يتوافق مع القدرة الشرائية للجمهور المستهدف، يمكن التعامل مع السعر بعدة استراتيجيات حتى يكون ملائم للقدرة الشرائية للعميل، مثلا الأقساط أو التخفيضات في حالة تواجد أكثر من طالب من نفس الأسرة، العديد من العوامل تحدد السعر المناسب المنافسة وجودة الخدمة، سمعة المؤسسة، الملكية الخاصة أو العامة والبنية التحتية، المرافق المقدمة والموقع طريقة التعليم والاسم التجاري، السعر يعكس جودة الخدمات المقدمة إلى الطلاب.
- **المكان** يمثل الموقع الذي يوجد فيه المعهد التعليمي أو المؤسسة. غالبًا ما يشار إليه باسم مركز الخدمة ممكن يكون مدرسو أو روضة أو جامعة. وكلما كان الموقع الجغرافي لمركز الخدمة موقع استراتيجي كلما أضاف ميزة تنافسية قوية وكان عنصر فعال في المزيج التسويقي للمؤسسة عندما تقع المؤسسة التعليمية في مدينة كبيرة ومعروفة ليس نفس الأمر عندما تقع ك في مكان ريفي.
- **الترويج** يمثل كل وسائل الاتصال التي تستعملها المنظة للوصول إلى جمهورها وتوصيل الخدمات التي تقدمها لهم بكل الطرق الكلامية والصورية والصوتية والكتابية والفيديوهات ويشمل هذا العنصر مختلف الطرق مثل الإعلانات المجانية والمدفوعة، التخفيضات والهدايا، حضور الندوات والمشاركات، تبني الفعاليات والأنشطة.
- **الأشخاص** والعنصر هذا يشمل مختلف الأشخاص الذين يساهمون في تقديم الخدمة انطلاقا من الإدارة والعاملين في المؤسسة وصولا إلى الأساتذة والدكاترة الذين يقدمون الدورات والمواد التعليمية، كل شخص على اختلاف مسؤولياتهم يكون له دور في التسويق للمنظمة.
- **الدليل المادي** هو كل المرافق المادية والغير المادية التي تساهم في تحسين تجربة الطالب داخل المؤسسة، وتشمل المكتبات وصالة الرياضة، البنية التحتية والتكنولوجيا والتصميم وحتى الديكور،

---

[4]. م/محمد حميد راضي ، مرجع سبق ذكره.

بصفة عامة البيئة المحيطة بالطالب أثناء تواجده فيها ومختلف المرافق المتواجدة في المؤسسة التعليمية وحتى الجو النفسي العام للمؤسسة مع الأساتذة والعاملين والطلاب فيما بينهم.

- **عملية تقديم الخدمة Process** هي آليات تقديم الخدمة للطالب من التسجيل إلى تلقى المواد التعليمية، كلما كانت سهلة وبسيطة وودية بين الطالب والمدرسة كلما كانت أكثر فاعلية وميزة تنافسية قوية، كلما كانت معقدة وتحتاج وقت وإجراءات تكون نقطة ضعف في المزيج التسويقي التعليمي ويجب النظر إلى هذا العنصر بكثير من الأهمية والانتقال به إلى العالم الرقمي خاصة في الوقت الراهن.

المطلب 6: أهم الاستراتيجيات الناجحة في التسويق التعليمي سنة 2022[5]

إستراتيجية التسويق بالطرق التقليدية

رغم أن التسويق الرقمي احتل المساحة الكبيرة في الفترة الأخيرة إلا أن التسويق بالطرق التقليدية مازال له تأثير خاصة في التسويق التعليمي، التسويق التعليمي أصحاب القرار فيه أغلبهم من الفئة التي تتأثر بالطرق التسويقية التقليدية- أولياء الأمور وأصحاب الأعمال- مثل الإعلان في التلفاز أو عبر الراديو، المعلقات في الشوارع الكبيرة، التواصل بالهاتف مع أولياء الأمور إلى آخره من الطرق، من المهم جدا أن يكون هناك تكامل بين الطريقة التقليدية والرقمية.

إستراتيجية التسويق بالمحتوى

في هذه الأيام، جزء كبير من أنشطة التسويق التعليمي مهم جدا أن يكون رقميًا، من المهم أكثر من أي وقت مضى أن تعمل المؤسسات التعليمية على صورتها عبر الإنترنت، لماذا ا؟ لأن الجميع ينتقل عبر الإنترنت للبحث عن معلومات حول أي منتج أو خدمة يهتمون بها. فمن المهم جدًا لكل مدرسة أن تستفيد من الفرصة لتقديم أفضل صورة لها وتقدم أفضل النتائج لعمليات البحث هذه. بالإضافة إلى ذلك، يجب أن تأخذ أي إستراتيجية تسويقية في الاعتبار الموقف الذي يسببه الوباء. يجب أن تكون المدرسة التي تعمل في الواقع وجهًا لوجه على استعداد للانتقال عبر الإنترنت إذا لزم الأمر. وهذا يعني تطوير نموذج التعلم المدمج وتوصيله من خلال إستراتيجيته التسويقية الرقمية.

التسويق بالمحتوى يكون من خلال موقع إلكتروني خاص بالمؤسسة التعليمية من الضروري أن تكون المعلومات الأساسية مثل الخطة التعليمية والمنهجية واضحة نظام دردشة عبر الإنترنت للرد على الأسئلة في الوقت. قسم الأسئلة الشائعة مع معلومات كاملة وشفافة، مدونة لإعلام الطلاب والأسر بنموذج التعليم وكيف

[5] https://wwwmolhim.com

يحقق القيمة. يجب أن تتضمن أيضًا أخبار المدرسة والمواضيع ذات الأهمية، معلومات حول أنظمة التدريس عبر الإنترنت أو المختلطة والتي ستسمح للطلاب بمواصلة تعليمهم في حالة إغلاق آخر، مكتبة رقمية لتقديم مواد تعليمية يمكن الوصول إليها في أي مكان وزمان، جولات افتراضية لإطلاع الناس حول المرافق الداخلية للمؤسسة التعليمية.

في التسويق بالمحتوى من المهم التواجد على مواقع التواصل الاجتماعي والأفضل التركيز على المواقع التي يتواجد فيها جمهورك ويمكن الحصول على هذه الإحصائيات من العديد من المواقع مثل

موقع hootsuite بعد اختيار القنوات المهمة للمنظمة التعليمية يتم إنشاء محتوى متنوع تعليمي وتثقيفي وتفاعلي ويتم نشر حتى تجارب الطلاب السابقين، ويمكن حتى العمل على قناة يوتيوب ونشر فيديوهات تعليمية.

- إستراتيجية التسويق بالإعلانات المدفوعة

الإعلانات المدفوعة على محركات البحث google ads ومواقع التواصل الاجتماعي facebook ads وsnap ads طريقة فعالة للوصول إلى الجمهور المحدد بدقة وفي فترة زمنية معينة، إستراتيجية المحتوى فعالة خاصة للمدى البعيد لكن الإعلانات الممولة تكون للمدى القصير لكن توصل خدمات المؤسسة التعليمية للجمهور المحدد في تلك الفترة خاصة إذا كان الاستهداف صحيح ومتقن.

- إستراتيجية التسويق بالبريد الإلكتروني

البريد الإلكتروني الجزء المهمل في العديد من المنظمات والمؤسسات التعليمية وغيرها، في التسويق التعليمي هو أداة سحرية لأن أغلب التسجيلات تكون بالبريد الإلكتروني وكذلك أغلب الاتصالات الرسمية والغير رسمية لهذا يجب إعطاء أهمية كبيرة له في عملية تسويق المؤسسات التعليمية.

- إستراتيجية التسويق بالورشات التعليمية

الورشات التعليمية الوجاهية أو الرقمية من الاستراتيجيات المميزة في التسويق التعليمي، يمكن أن تكون الورشة قصيرة أو لأيام يتم من خلالها تقديم أساسيات دورة أو برنامج تدريبي تعلم الجمهور ويشعر أنه حصل على شيء مجاني وفي نفس الوقت تنتابه الرغبة لمواصلة التعلم عادة في هذه الاستراتيجية يتم تقديم المعلومات العامة ونهاية الورشة يتم العرض على المشتركين بالانضمام إلى البرنامج الكامل مع تقديم تخصم إضافي على المبلغ الإجمالي للبرنامج، وتكون ناجحة هذه الاستراتيجية في أغلب الدورات أو البرامج المتخصصة.

- إستراتيجية التسويق بالتنويع في البرامج ولغات التدريس

الاستراتيجية هذه توسع دائرة الجمهور المستهدف كلما كانت البرامج منوعة كلما زاد عدد الطلاب المستقطبين والأساتذة كذلك، نفس الأمر بالنسبة للغات التدريس .

- إستراتيجية التسويق بالمشاركة في الفعاليات

الإستراتيجية هذه تساهم أكثر في نشر الوعي بالعلامة التجارية للمؤسسة التعليمية، المشاركات في مثل هذه الأحداث حتى إذا لم تكن لها علاقة بمجال التعليم والأبحاث تساعد الأفراد في بناء صورة ذهنية جيدة وترسيخها في عقولهم على المدى الطويل.

- إستراتيجية التسويق بتقديم المنح المجانية

المنح المجانية خاصة للطلاب الأجانب المؤسسات التي هدفها الانتشار دوليا عليها بهذه الإستراتيجية مثل الجامعات التركية، بفضل هذه الإستراتيجية تمكنت من جلب العديد من الطلاب الأجانب إلى جامعاتها طبعا بجانب جودة التعليم المقدم، بفضل هذه الإستراتيجية هي تؤسس سفراء لجامعتها في مختلف أقطار العالم، والمنح المجانية ترفع حتى من جو المنافسة بين الطلاب المحليين والدوليين ويحاولون تقديم أفضل ما عندهم وبهذا ترتفع جودة التعليم وجودة الطلاب المتخرجين.

- إستراتيجية التسويق بالشراكات مع جهات مكملة

الجهات المكملة هي كل المنظمات والمؤسسات التي ستستقبل الطالب بعد التخرج من مصانع وشركات ومستشفيات ومدارس وجامعات، الشراكات مع هذه الجهات لتقديم الجانب التطبيقي للطالب في مرحلة تلقي الجانب النظري أمر مهم جدا، الجانب النظري ربما يتمكن الطالب من تحصيله بنفسه لكن الجانب التطبيقي يصعب عليه الحصول عليه، ومعظم العائلات تقرر التعامل مع مدرسة أو مؤسسة تعليمية لاهتمامها بهذا الجانب، الأمر هذا لا ينطوي فقط على الجامعات بل حتى على رياض الأطفال، كيف ذلك؟ في رياض الأطفال تطبيق المعرفة والنظري من خلال الألعاب والحرف، وهذا ما لاحظناه في الفترة الأخيرة من الانتشار للمناهج التي تركز على الجانب التطبيقي مثل منهج ماريا مونتيسوري.

- إستراتيجية التسويق بالتعاون مع وكلاء.

الوكلاء هم منظمات أو مكاتب استشارية أو أشخاص معروفين في مجال معين ولديهم قاعدة جماهير خاصة به من تقوم المؤسسة التعليمية بالتعاقد معهم باتفاق بتقديم مقاعد دراسية محددة بخصم معين للأشخاص القادمين من طرفهم مقابل نسبة معينة أو مصالح أخرى حسب حاجة الطرفين، هذه الإستراتيجية تكثف

الجهود التسويقية وكل وكيل سيحاول التسويق للمقاعد المقدمة له بطريقته وعلى حسابه هو، وبهذا تكون المؤسسة التعليمية ربحت تسويق إضافي لخدماتها.

المبحث 2: تلاميذ ذوي الإعاقة واحتياجاتهم :

تساعد التكنولوجيا الطلاب الوصول إلى المعلومة بسرعة وسهولة أكبر من التعليم بالطرق التقليدية القديمة، إذ تتضمن تطبيقات التكنولوجيا مجموعة متنوعة من الأدوات، بما في ذلك الآلات الحاسبة وبرامج تدوين الملاحظات أو التعرف على الصوت وبرامج قراءة الشاشة.

المطلب 1: التعريف بفئات ذوي الاحتياجات الخاصة[6]

لقد تطورت المسميات التي أطلقت على هذه الفئة، حيث أطلق عليها أسماء عديدة، منها فئة: المقعدين، والمعاقين، والعجزة، وذوي العاهات، مثل: الأعمى، والأعرج، والكسيح، والأطرش، والأخرس، والمجنون، وأصحاب العاهات، والعاجزين، وكل هذه المسميات منطلقة من مبدأ العجز، أي تنظر إلى الفرد ذي الاحتياجات الخاصة من جوانب ضعفه وقصوره فقط و تهمل جوانب قوته، ثم ظهر مصطلح الفئات الخاصة أو ذوي الاحتياجات الخاصة، وهو مصطلح أكثر قبولًا لما يحمل في طياته مراعاة للجوانب الإنسانية والنفسية، وينظر لهم من جميع الجوانب، ويستغل نقاط قوتهم للتغلب على نقاط ضعفهم.

يطلق مصطلح ذوي الاحتياجات الخاصة على الأفراد الذّين يواجهون صعوبات في ممارسة الحياة الطّبيعيّة للفرد العادي، إذ يظهر لديهم انحراف في مستوى خاصية من الخصائص، أو من أحد الجوانب الشّخصيّة، لذلك فإنّهم بحاجة إلى مساعدة خاصة، وتعامل معيّن لمساعدتهم على ممارسة الحياة الطّبيعيّة، وإكمال مراحل النّمو والتّوافق في المجتمع.

يسمى تعليم ذوي الاحتياجات الخاصة بالتعليم الخاص، ويُعنى بتعليم الأطفال المتخلفون اجتماعياً وعقلياً وجسدياً، والذين يعانون من إعاقات عاطفية، أو سلوكية، أو إدراكية، أو فكرية، أو سمعية، أو بصرية، أو نطقية، كما ويهتم بتعليم الأطفال الذين يعانون من صعوبات في التعلم.

---

[6] د/عبد الفتاح عبد المجيد الشريف،التربية الخاصة وبرامجها العلاجية،جامعة الحدود الشمالية،ص2011،20.

المطلب 2: تصنيفات فئات ذوي الاحتياجات الخاصة[7]

صنف ذوو الاحتياجات الخاصة الى عدة تصنيفات نذكر منها :

التصنيف الاول :فقد تم تصنيفهم الى

- **الإعاقة الجسديّة**: مثل المقعدين، والمصابين بشلل الأطفال، أو الدّماغ، ومبتوري الأطراف، والأقدام.
- **الإعاقة الحسيّة**: وهم المعاقون سمعيًا، و بصريًا.
- **الإعاقة الذهنية**: وهم المتخلفون عقليًا عن غيرهم، أو من لديهم مستوى ذكاء منخفض عن المستوى الطبيعي.
- **الإعاقة الأكاديمية**: وهم الذين يعانون من بطء في التّعلم، والفهم، والتّأخر الدّراسي.
- **الإعاقة التواصلية**: وهم الذين يعانون من صعوبات في النّطق، واللفظ، والحوار.
- **الإعاقة السّلوكية**: هم المشتتون ذهنيًا، ولديهم صعوبات في الانتباه، ونشاط زائد، وتوحّد.
- **الإعاقة المتعددة**: وهم الفئة التي لديها أكثر من إعاقة.

التصنيف الثاني : ومنهم من صنفهم كالتالي:

- **فئة الإعاقة الجسدية :** هي كل إعاقة تعرقل الوظيفة الجسدية لطرف واحد أو أكثر أو المهارة الحركية الدقيقة او المهارة الحركية الكبرى كفقدان أو ضعف الأطراف العلوية او السفلية وضعف المهارات الحركية اليدوية.
- **فئة الإعاقة الانفعالية :** هو ذلك التلميذ الذي يظهر سلوكا مؤذيا وضارا بحيث يؤثر على تحصيله الأكاديمي او على تحصيل أقرانه.
- **فئة صعوبات التعلم :** اضطراب واحد او أكثر من العمليات النفسية الأساسية التي تدخل في فهم واستخدام اللغة :الذاكرة ، والإدراك والانتباه والتفكير فتتأثر القراءة والكتابة والإملاء والتعبير التحريري وكذلك الرياضيات.
- **فئة المتأخرين دراسيا :** هم التلاميذ الذين يكون مستوى تحصيلهم الدراسي اقل من العادي مقارنة بمن هم في سنهم .

[7] د/مروة محمد الباز،طرق تدريس ذوي الاحتياجات الخاصة،تخصص علوم،جامعة بورسعيد،مصر،ص ص8-9.

المطلب 3:الاحتياجات التعليمية لذوي الاحتياجات الخاصة[8]

إن موضوع تلبية احتياجات تعلم الطلاب ذوي الاحتياجات الخاصة؛ سواء كانوا طلابًا موهوبين، أم طلابًا يعانون صعوباتٍ في التعلم - لَيُعَدُّ من المواضيع الحيوية، التي تُشكِّل حقلًا خصبًا للبحث والتدريب التربوي، ومجالًا جديرًا بأن يحتفيَ به المهتمون بقضايا المعرفة والتكوين، والتمهير والتمهين التربوي، ويُفسحوا له صدرًا رَحْبًا بين ثنايا برامجهم التدريبية ونشراتهم التربوية؛ لارتباطه الوثيق بالمعايير المهنية للمعلمين، علاوة على ارتباطه بنتائج عمليتَي تعليم وتعلُّم الطلاب.

-1- خُطة التعلُّم:

أ -يجب أن تشتمل الخطة التعليمية/ التعلُّمية التي يتبعها كل معلم لذوي الحاجات الخاصة عامة وغيرهم على أربعة عناصر رئيسة:

♦**نواتج التعلم** :وهي ما يُراد تحقيقه من العملية التعليمية/ التعلُّمية، ويجب أن تكون النتاجات مصوغة بطريقة واضحة ومحددة.

♦**المحتوى:** المادة التي ستُعلَّم.

♦**الوسائل التعليمية** :الأدوات والأنشطة التي يستعين بها المعلم لتحقيق الهدف.

♦**التقويم** :وذلك لمعرفة التقدم في السلوك.

ب- يتم وضع الخطة التعليمية في ضوء ثلاثة متغيرات:

♦**فئة الطالب:** فالطالب المتميز الموهوب يتمايز قطعًا عن الطالب المتأخر درسيًّا، أو الطالب بطيء التعلم.

♦**مجال الموهبة أو السبب المباشر لصعوبة التعلم:** حيث يتمايز الطلاب الموهوبون في مجالات موهبتهم؛ مما يتطلب تصميم الخطة المناسبة) لكل مجال موهبة(، كما تختلف درجة صعوبة التعلم من طالب لآخر، فالخطة التي تُوضع لطالب لديه بطءٌ في التعلم نتيجة إشكاليات سمعية تختلف عن الخطة التي تُوضع لطالب لديه اضطرابات في الانتباه.

♦**العمر الزمني**: فالأهداف المراد تحقيقها في الخطة تتحدد في ضوء الحاجات النمائية لكل مرحلة عمرية من الطلاب

[8] https://www.feedo.net.

-2- أساليب التدريس:

أ -التدريس الفردي) تفريد التعليم :(وهو من أهم مبادئ التربية الخاصة؛ وذلك لتلبية الحاجات التعليمية، مع مراعاة الفروق الفردية بين الطلاب.

ويمكن أن يكون هذا النوع من التعليم على شكل تعليم طالب واحد في وقت واحد، ويمكن أن يتم مع مجموعة صغيرة بهدف التعميم.

ب -التدريس الجماعي: يُطبَّق على مجموعة من الطلاب، ويقوم على أهداف ثابتة وموحَّدة على الجميع.

-3- المرونة النسبية:

إن الهدف من التعليم هو إحداث تغييرات إيجابية في سلوك المتعلم، وفي تعليم ذوي الاحتياجات الخاصة من الطلاب الموهوبين، أو طلاب صعوبات التعلم لا يوجد خطة ثابتة باستمرار، ولا هدف، ولا وسيلة ثابتين باستمرار؛ فلا بد من مراجعة الخطط والأهداف والوسائل من حين لآخر وإعادة التقويم؛ وذلك بهدف استبدال أو حذف بعض الأهداف كنتيجة للتفاعل الذي يحصل بين الفرد والمجتمع.

-4- تكنولوجيا التعلُّم:

إن متطلبات ذوي الاحتياجات الخاصة من الموهوبين وطلاب صعوبات التعلم بعمومهم من تكنولوجيا التعليم مطالبُ عديدةٌ، تُصنَّف في تسع فئات؛ وفيما يلي شرح مبسط لهذه المتطلبات:

- ✓ **الدراسة والتحليل :**حيث يجب قبل اتخاذ قرار بخصوص تكنولوجيا تعليم ذوي الاحتياجات الخاصة إجراءُ الدراسات التي تستهدف تحليل مواهب أو مشكلات ذوي الاحتياجات الخاصة، وتقدير احتياجاتهم التعليمية، وتحليل خصائص كل فئة، وتحليل البرامج والمقررات الدراسية الموجَّهة إليهم، وتحليل الموارد والمعوِّقات البيئية والتعليمية.

- ✓ **التصميم والتطوير:** ليس من العدل أن يُفرض على ذوي الاحتياجات الخاصة استخدامُ مصادر تعلم جاهزة مُعدَّة للطلاب العاديين؛ لأن ذلك من شأنه أن يُصعِّبَ عليهم التعلم ولا يُيَسِّره؛ ومن ثَمَّ فهم يحتاجون إلى تصميم وتطوير مصادر تعلم ومنظومات تعليمية مناسبة لهم، وتلبي احتياجاتهم المميزة، أو تحل مشكلات تعلمهم، وتنقل إليهم التعلم المطلوب بكفاءة وفاعلية، ويتطلب ذلك وضع مواصفات ومعاييرَ علمية محددة ودقيقة لتصميم كل مصدر تعليمي لكل فئة منهم، وتصميم المصادر وتطويرها

بطريقة منظومة سليمة، وإنشاء مركز تكنولوجي تعليمي مركزي متخصص في إنتاج المصادر والمنظومات التعليمية.

- ✓ **تصميم وتوفير البيئات والأماكن التعليمية المناسبة :** لا بد من توفير أماكن وبيئات تعليمية مناسبة لذوي الاحتياجات الخاصة، وتشمل هذه البيئات: المباني المدرسية، ومراكز مصادر التعلم، والمكتبات المدرسية الشاملة، والمكتبات العامة.

- ✓ **الاقتناء والتزويد:**يُقصَد به العمل على توفير مصادر التعلم المتعددة والمختلفة، وتحديثها وتزويدها بصفة مستمرة، ويتضمن هذا المطلب توفير كلٍّ من: المواد، والوسائل، والمصادر التعليمية، والأجهزة والتجهيزات المطلوبة لاستخدام تلك المصادر، ومن ثَمَّ توفير الكفاءات البشرية المؤهلة والمدربة على توظيف تلك المصادر.

- ✓ **المتابعة والتقويم** :يجب إنشاء إدارة متخصصة للمتابعة والتقويم؛ من مهامها: القيام بالوظائف التالية: متابعة وتقويم المصادر البشرية وغير البشرية، ومتابعة وتقويم توظيف المصادر واستخدامها من قِبل المعلمين والمتعلمين، وتحديد احتياجات المدرسة أو المؤسسة التعليمية من المصادر البشرية وغير البشرية، ثم كتابة التقارير ورفعها إلى المسؤولين لتوفيرها.

- ✓ **التدريب** :يُعَدُّ التدريب مطلبًا مُلحًّا لنجاح أية برامج تطويرية، ويشمل التدريب تدريب الفئات التالية: معلمي ذوي الاحتياجات الخاصة، وأخصائيي تكنولوجيا التعليم، وأولياء أمور ذوي الاحتياجات الخاصة.

- ✓ **الإعداد الأكاديمي لمعلمي ذوي الاحتياجات الخاصة وأخصائيي تكنولوجيا التعليم:** يجب تطوير الإعداد الأكاديمي لمعلمي ذوي الاحتياجات الخاصة، وأخصائيي تكنولوجيا التعليم لتلك الفئة بكليات التربية، فضلًا عن تدريس مقرر في تكنولوجيا تعليم ذوي الاحتياجات الخاصة لجميع الطلاب في كليات التربية.

- ✓ **التوعية والإعلام** :وهي مطلب أساسي لزيادة وعيِ المعلمين وأخصائيي تكنولوجيا التعليم، وأولياء أمور ذوي الاحتياجات الخاصة بتلك الفئة، ويتطلب ذلك ما يلي: إقامة المحاضرات والندوات

والمؤتمرات وورش العمل، وإنشاء قناة تليفزيونية تعليمية لذوي الاحتياجات الخاصة، وتصميم مواقع على شبكة الإنترنت.

- ✓ **النشر والتوظيف والتبنِّي :**ينبغي ألَّا تقف تكنولوجيا التعليم عند حدِّ تصميم منتوجات ومستحدثات تكنولوجية، وتطويرها لذوي الاحتياجات الخاصة، بل ينبغي أن تسعى لنشرها وتوظيفها وتبنيها من قِبل مدارس ومؤسسات تعليم، وتدريب ذوي الاحتياجات الخاصة.

المطلب 4 : بنية منهج ذوي الاحتياجات الخاصة وعنا صره[9]

يشتمل المنهج التعليمي على أربعة عناصر رئيسية متكاملة فيما بينها وترتبط ارتباطا عضويا وهذه العناصر هي:

- **الأهداف**: وهي عملية إحداث تغييرات ايجابية في سلوك المتعلمين، ولذا أصبح الهدف يعني أي تغيير يراد إحداثه في سلوك المتعلمين كنتيجة لعملية التعلم. أهداف المنهج تتأثر بحاجات الفرد والمجتمع ويكون التفاعل بينهما مستمر وبما أن حاجات الفرد والمجتمع في تغير مستمر فإن أهداف المنهج تكون في تغير مستمر ولا يوجد أهداف ثابتة فلا بد من إعادة النظر في أهداف التربية وأهداف المناهج من حين لآخر.
- **المحتوى:** هو أول العناصر تأثرا بالأهداف التي يرمي المنهج إلى تحقيقها، ويعرف المنهج بأنه نوعية المعارف التي يقع عليها الاختيار والتي يتم تنظيمها على نحو معين سواء كانت هذه المعارف مفاهيم أو حقائق أو أفكار أساسية.
- **أنشطة وأساليب التعليم والتعلم:** تحتل نشاطات التعليم والتعلم مكانا في المنهج لأن لها تأثيرا كبيرا في تشكيل خبرات طالب ذوي الاحتياجات الخاصة ومن تم تغيير سلوكه.
- **أساليب التقويم وأدواته:** التقويم هو العملية التي تستخدم فيها نتائج القياس بقصد إصدار حكم على المتعلم أو أحد جوانب المنهج.

أنواع التقويم: تقويم مبدئي، تقويم تكويني، تقويم ختامي، تقويم تتبعي.

[9] د/كوثر جميل سالم بلجون،مناهج وطرق تعليم ذوي الاحتياجات،ص12 ،2009.

المطلب 5 :التمييز الإيجابي لذوي الاحتياجات الخاصة:

التمييز الإيجابي يتمثل في تمكين الفئات المحرومة أو المهمشة من تعويضات وامتيازات خاصة بهدف التعويض الجزئي عن التمييز السلبي ويندرج التمييز الإيجابي في الإنصاف وليس المساواة.

البعد التاريخي للمفهوم: نشأ هذا المفهوم في الولايات المتحدة الأمريكية في سنة 1961م لتعديل التمييز الذي كان يعيشه السكان السود واعتمد هذا المفهوم في الثمانينات في فرنسا، البرازيل، الهند، ماليزيا، جنوب إفريقيا لفائدة الأقليات أو المعوقين أو النساء.

ويعني ذلك تقديم وسائل تساعدهم على تجاوز إعاقتهم والقيام بأدوار في المجتمع كغيرهم من أفراد المجتمع العاديين.

المبحث 3 : دور تكنولوجيا التعليم في تقديم حلول لذوي الاحتياجات الخاصة[10]

يتمثل دور التكنولوجيا الحديثة في تقديم الرؤى المستقبلية والخدمات والبرامج التعليمية الخاصة، والحلول الإبداعية المبتكرة لمشكلات التعليم، والتي تسهم في إعادة صياغة وتصميم المحتوى التعليمي المقدم لهم بشكل يساعدهم في الحصول على المعلومة بسهولة ويسر، وفي تقديم التطبيق والممارسة والتدريب والتجريب الفعلي من خلال الممارسات التربوية المتنوعة لتشكيل شخصيتهم وتنظيم تعلمهم واكتسابهم للمعارف والمهارات الاجتماعية للتواصل بفاعلية، وتقديم الخدمات التعليمية التي تسعى إلى تنشيط قدراتهم العقلية وتأهيلهم حتى لا يتعرضوا لمشكلات نفسية وتربوية، ولكي يندمجوا في المجتمع ويصبحوا أفرادًا منتجين لا عبئًا على أسرهم ومجتمعهم.

المطلب 1: الحلول التي تقدمها تكنولوجيا التعليم

يتلخص دور تكنولوجيا التعليم في تقديم حلول لذوي الاحتياجات الخاصة في المحاور التالية:

- **حلول مادية:** متمثلة في توفير الأجهزة والمواد والوسائل والمصادر التعليمية والبرمجيات أو اقتنائها.
- **حلول فكرية:** تشتق من نظريات التعليم والتعلم وتحويلها إلى كفايات تعليمية لتوفير بيئة تعليمية مناسبة لهؤلاء الأفراد وإعداد الكوادر البشرية المدربة واللازمة للعمل في هذا المجال وفق معايير وأسس تربوية يمكن إكسابها من خلال برامج الإعداد.
- **حلول تصميمية:** تتمثل في مراعاة الأساليب التقنية عند تصميم وتطوير مصادر التعلم والبرامج والمواد التعليمية المنتجة أو الجاهزة التي تتناسب وطبيعة هذه الفئة من المتعلمين واحتياجاتهم.

المطلب 2 :الوسائل التعليمية :

ان من اهم الوسائل التعليمية المساعدة على تعليم تلميذ ذوي الاحتياجات الخاصة ما يلي :

- ✓ اللوحات التعليمية
- ✓ شبكة المعلومات
- ✓ التسجيلات الصوتية
- ✓ الكتب الناطقة
- ✓ العداد الحسابي
- ✓ النماذج والمجسمات
- ✓ المعامل الافتراضية

[10] د/وجيهة ثابت العاني،استخدام التكنولوجيا المساعدة في تعلم طلبة ذوي الاعاقة،جامعة السلطان قابوس،عمان ،2017.

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

نموذج مخطط الأعمال التجاري لمنصة التحدي للتعليم عن بعد لذوي الاحتياجات الخاصة

الطالبة : بوساق سارة

2021/2022

منصة التحدي الرقمية

من هي ؟

هي موقع شبكي مرفوع على الانترنيت يمكن للأستاذ من رفع المواد التعليمية للتلاميذ على الشبكة والتعامل معهم عن طريق الشات والبريد الالكتروني والعديد من الوسائط التفاعلية.

ماهي خصائص المنصة؟

- التفاعلية
- المرونة
- سهولة الوصول والإتاحة في اي وقت
- التغلب على عيوب التعلم التقليدي
- تعدد الوسائط المستخدمة في التعليم
- مراعاة الفروق الفردية بين المتعلمين
- سهولة التحديث والتعديل والحذف

لماذا هذه المنصة ؟

- عدم الاهتمام بفئة ذوي الاحتياجات بالشكل الكافي
- عدم القدرة على استيعاب الدروس
- النتائج غير المقبولة لهذه الفئة
- مساعدة الأولياء في مرافقة أبنائهم
- المنصة تحتوي غلى جميع الدروس بشكل رائع و تصوير احترافي
- الاستغلال الأمثل للانترنيت ومواكبة التكنولوجيا
- استغلال الجهد والوقت والمال

من يستفيد من المنصة ؟

- هذه المنصة مخصصة لفئات ذوي الاحتياجات الخاصة
- الاولياء و الامهات خاصة
- الاساتذة والمربين والمعلمين

على ملذا تحتوي هذه المنصة ؟

- باقة تعليمية لتلاميذ المرحلة الابتدائية وبجميع المواد
- باقة تعليمية لمرحلة التعليم المتوسط وبجميع المواد
- دعم نفسي واستشارات تربوية
- **تقويم ومعالجة شهرية مجانا**

ماهو سعر كل باقة ؟

اسعار في متناول الجميع لكل باقة سعر مميز الى نهاية الموسم الدراسي

كيفية التسجيل في المنصة؟

سوف يتم وضع رابط للتسجيل .

شرائح العملاء:

تلاميذ ذوي الاحتياجات الخاصة: هم شريحة الأطفال الذين بلغوا السن القانوني للتمدرس لكنهم يجدون صعوبات كبيرة في العملية التعليمية التعلمية و الاندماج في الوسط المدرسي بشكل عادي .

ويمكن تقسيمهم إلى الفئات التعليمية التالية :

- **فئة الإعاقة الجسدية :** هي كل إعاقة تعرقل الوظيفة الجسدية لطرف واحد أو أكثر أو المهارة الحركية الدقيقة او المهارة الحركية الكبرى كفقدان أو ضعف الأطراف العلوية او السفلية وضعف المهارات الحركية اليدوية.
- **فئة الإعاقة الانفعالية :** هو ذلك التلميذ الذي يظهر سلوكا مؤذيا وضارا بحيث يؤثر على تحصيله الأكاديمي او على تحصيل أقرانه.
- **فئة صعوبات التعلم :** اضطراب واحد او أكثر من العمليات النفسية الأساسية التي تدخل في فهم واستخدام اللغة :الذاكرة ، والإدراك والانتباه والتفكير فتتأثر القراءة والكتابة والإملاء والتعبير التحريري وكذلك الرياضيات.
- **فئة المتأخرين دراسيا :** هم التلاميذ الذين يكون مستوى تحصيلهم الدراسي اقل من العادي مقارنة بمن هم في سنهم .

القيم المقترحة :

لماذا الاهتمام بهم ؟

نظرا للصعوبات التي تعترض هاته الفئة جاء الاهتمام بها للتقليل من معاناتها ومن بين القيم التي أضيفت لهذا المشروع نجد :

- ✓ منتج جديد ولأول مرة
- ✓ المنصة لا تتطلب سرعة تدفق وسهلة الولوج للجميع
- ✓ التخفيف من عناء التنقل
- ✓ تقليل مخاطر إصاباتهم في الوسط المدرسي
- ✓ عدم التهميش وتخصيص وقت كاف لهم
- ✓ تحرير واستخدام ما أمكن من الطاقات التي يمتلكونها
- ✓ إدماجهم في الحياة الاجتماعية بمستويات تعليمية مقبولة

القنوات :

يتم التعريف بالمدرسة من خلال الإعلانات الاشهارية عبر مواقع التواصل الاجتماعي وبعد ذلك نقوم بتفييئ المسجلين حسب ما تم تقسيمه في شرائح العملاء .

ثم يتم التعامل مع هاته الفئات عن بعد عبر منصة رقمية:

مكتب خاص

خطوط هواتف

الإعلانات الاشهارية

مواقع التواصل الاجتماعي

منصة رقمية

العلاقات مع الزبائن :

شخصية : يتم التعامل شخصيا مع ذوي الاحتياجات الخاصة بالإجابة عن كل انشغالاتهم وتقديم الاستشارات لهم ولذويهم من خلال منتدى **"صدى الانشغالات".**

أوتوماتيكية : من خلال **المنصة الرقمية** وذلك بتخصيص أساتذة أكفاء ومختصين في التعامل مع هاته الفئة يعالجون الصعوبات التي تعترضهم في بناء تعلماتهم

بالإضافة : إلى مختصين نفسانيين يرافقونهم خلال العملية التعليمية التعلمية

يتم إنشاء قاعدة بيانات لكل متعلم وذلك حتى يتسنى لنا

-تفريد التعليم كل فئة حسب احتياجاتها

-التدريب والتكوين لفريق العمل

-التقويم والمعالجة الشهرية مجانية

تقديم استشارات وتوجيهات لهم ولذويهم

الأنشطة الرئيسية :

إن أهم النشاطات التي تقدمها هذه المدرسة ما يلي :

- إنشاء الأرضية للمنصة الرقمية
- صياغة المحتوى (برامج ، فيديوهات،العاب قرائية .....)
- إعداد التوقيت وتوزيع الحصص
- جلسات للدعم النفسي
- استشارات تعليمية
- إعداد كتيبات الكترونية مساعدة

الموارد الرئيسية :

مادية :

- الأساتذة والأخصائيين النفسانيين

- الوسائل : المنصة الرقمية –أجهزة حاسوب- الانترنيت - خوادم

- مقر للتعليم عن بعد

فكرية :

-هوية المدرسة

- شعار المدرسة **"كلنا نتعلم"**

الشراكات الرئيسية :

الموردون :

- أساتذة مختصين
- أخصائيون نفسانيون
- مهندسون في الإعلام الآلي
- موردو الانترنيت

الشركاء :

- وزارة التربية
- وزارة التضامن
- وزارة الرقمنة
- وزارة المؤسسات الناشئة

مصادر الإيرادات :

يتم الحصول على الإيرادات من :

- بيع خدمة التعليم
- كتيبات الكترونية مساعدة بمقابل
- مقابل الدعم النفسي

طريقة الدفع :

يتم الدفع عن طريق الحساب البريدي الجاري

هيكل التكاليف :

التكاليف الثابتة :

- رواتب الأساتذة
- تكاليف المنصة الرقمية
- اشتراكات الانترنيت
- مصاريف الإعلانات والإشهار
- مصاريف الإيجار

التكاليف المتغيرة :

- مصاريف الكهرباء
- مصاريف الهاتف
- مصاريف الصيانة

مخطط الأعمال التجاري لمنصة التحدي للتعليم عن بعد

شرائح العملاء:	العلاقات مع الزبائن :	القيم المقترحة :	الأنشطة الرئيسية :	الشراكات الرئيسية
تلاميذ ذوي الاحتياجات الخاصة: - فئة الإعاقة الجسدية - فئة الإعاقة الانفعالية - فئة صعوبات التعلم - فئة المتأخرين دراسيا - فئة أطفال القمر	يتم إنشاء قاعدة بيانات لكل متعلم وذلك حتى يتسنى لنا -تفريد التعليم كل فئة حسب احتياجاتها -التدريب والتكوين لفريق العمل -التقويم والمعالجة الشهرية مجانية تقديم استشارات وتوجيهات لهم ولذويهم	✓ منتج جديد ولأول مرة ✓ المنصة لا تتطلب سرعة تدفق وسهلة الولوج للجميع ✓ التخفيف من عناء التنقل ✓ تقليل مخاطر إصاباتهم في الوسط المدرسي ✓ عدم التهميش وتخصيص وقت كاف لهم ✓ تحرير واستخدام ما أمكن من الطاقات التي يمتلكونها ✓ إدماجهم في الحياة الاجتماعية بمستويات تعليمية مقبولة	❖ إنشاء الأرضية للمنصة الرقمية ❖ صياغة المحتوى (برامج ، فيديوهات،العاب قرائية .....) ❖ إعداد التوقيت وتوزيع الحصص ❖ جلسات للدعم النفسي ❖ استشارات تعليمية ❖ دورة تدريبية على اساسيات الحاسوب ❖ إعداد كتيبات الكترونية مساعدة	**الموردون :** - أساتذة مختصين - أخصائيون نفسانيون - مهندسون في الإعلام الآلي - موردو الانترنيت **الشركاء :** ASF
	القنوات : مكتب خاص خطوط هواتف الإعلانات الاشهارية مواقع التواصل الاجتماعي منصة رقمية		**الموارد الرئيسية :** **مادية :** - الأساتذة والأخصائيين النفسانيين - الوسائل : المنصة الرقمية –أجهزة حاسوب- الانترنيت - خوادم - مكتب رئيسي –نظام الحماية **فكرية :** -هوية المنصة - شعار المنصة " كلنا نتعلم "	

مصادر الإيرادات:	هيكل التكاليف :
- بيع خدمة التعليم - كتيبات الكترونية مساعدة - الدعم النفسي **طريقة الدفع :** يتم الدفع عن طريق الحساب البريدي الجاري	**التكاليف الثابتة :** - رواتب الأساتذة - تكاليف المنصة الرقمية - اشتراكات الانترنيت - مصاريف الإعلانات والإشهار - مصاريف الإيجار **التكاليف المتغيرة :** - مصاريف الكهرباء - مصاريف الهاتف

- مصاريف الصيانة

Business Planner for the ELTAHADDI Platform for Distance Learning

Key Partnerships

Suppliers:

- Specialized professors
- Psychologists
- Automation engineers
- Internet suppliers

Partners:

- ASF

Main activities:

- Creating the groundwork for the digital platform
- Drafting content (programs, videos, reading games...)
- Preparing timing and distributing quotas
- Psychological support sessions
- Educational Consultations
- Preparing electronic manuals for assistance

Main resources:

materiality:

Professors and psychologists

- Means: digital platform - computers - internet - servers
- Main office - Protection system

Intellectual:

- platform identity
- Pain's motto **"We all learn"**

Suggested values:

- New product for the first time
- The platform does not require fast streaming and is easy to access for everyone
- Reducing the hassle of commuting
- Reducing the risk of their injuries in the school environment
- Not being marginalized and allocating enough time for them
- Release and use as much as possible of the energies they possess
- Integrating them into social life at acceptable educational levels

Relationships with clients:

A database is created for each learner so that we Individualization of education for each category according to its needs

- Training and training for the work team

Free calendar and monthly treatment

Providing advice and guidance to them and their families

Channels:

personal office

phone lines

advertising ads

Social Media

digital platform

Customer segments:

Students with special needs:

-Physical disability category

-Emotional disability category

-Learning difficulties category

- Late class
- Children of the Moon class

Cost Structure:

Fixed costs:

- Teachers' salaries
- Digital platform costs
- Internet subscriptions
- Advertising and advertising expenses
- rent expenses

Variable costs:

- Electricity expenses
- Phone charges
- Maintenance expenses

Revenue sources:

- Selling education service
- Electronic Help Manuals
- psychological support

Payment method :

Payment is made by postal account

الخاتمة

يعتبر الاهتمام بالعملية التعليمية لذوي الاحتياجات الخاصة مطلبا ضروريا. ففئة ذوي الاحتياجات الخاصة مثلها مثل أي فئة في المجتمع بحاجة إلى التعليم، لكنهم يواجهون صعوبات عديدة تفرضها طبيعة الإعاقة التي يعانون منها سواء كانت حسية أو جسمية أو عقلية خاصة ما يتعلق بالذاكرة، الانتباه، التفكير والإدراك، الأمر الذي يتطلب توفير الإمكانيات المادية والبشرية الضرورية التي تهيئ البيئة التعليمية المناسبة لسد العجز و الإعاقة الموجودة لديهم وتحقيق أكبر قدر ممكن من الاستثمار في قدراتهم المعرفية والعلمية والمهنية. في هذا الإطار أثبتت الوسائل التكنولوجية الحديثة بجميع أنواعها دورها الفعال في التغلب على الصعوبات التعليمية لدى فئة ذوي الاحتياجات الخاصة والحصول على تعليم أكثر فاعلية و كفاءة، تحسين القدرات الوظيفية والأدائية لدى طلاب هذه الفئة. و عليه هدفت الدراسة إلى الكشف عن دور التكنولوجيا في العملية التعليمية لذوي الاحتياجات الخاصة. الوسائل التكنولوجية الحديثة أداة مساعدة في تطوير النظام التربوي و تحسين العملية التعليمية و تحقيق أهدافها في ضوء معايير الكفاءة والفعالية، لذلك من الضروري توظيفها في العملية التعليمية بشكل صحيح و جيد للاستفادة من مميزاتها التي تعود بالفائدة على طلاب ذوي الاحتياجات الخاصة، خاصة فيما يتعلق بتنويع طرق و أساليب التعليم بما يتوافق مع كل أنواع المتعلمين لمعالجة الفروق الفردية و إكساب الطالب الكثير من المهارات الأكاديمية والمفاهيم العلمية المعقدة.

المقترحات و التوصيات للنجاح في التسويق التعليمي :

- الرسالة الواضحة في الإعلانات أو المحتوى لا بد أن تكون واضحة وسهلة الفهم حتى تصل بكل سلاسة للجمهور المستهدف وتكون خاصة به وليس من المحبذ أن تكون الرسالات عامة، يعني نفس الرسالة لأولياء الأمور وللشركات والمستثمرين.
- تحليل النتائج من الأمور المهمة بعد تحديد الأهداف والبدء بالعمل على التسويق لخدمات المؤسسة التعليمية لابد للمؤسسة معرفة الاتجاه التي تذهب إليه وهل هذه النتائج متوافقة مع الأهداف التي تم تسطيرها لأجلها والميزانية المنفقة.
- متابعة التقدم يكون بعد تحليل النتائج والملاحظات التي حصل عليها الفريق من قراءة النتائج، هذه النتائج والتتبع لها تسمح للمؤسسة بتدارك الأخطاء وتصحيحها وتطوير الخطط التسويقية الخاصة بها.
- أخذ الأفكار من الجمهور المستهدف للمحتوى، من خلال المحتوى المنشور والتواصل مع الجمهور بالطرق المختلفة تكون هناك تساؤلات وحتى مشاكل واجهت العملاء في التواصل بنا أو الاستفسار على الأسعار، الاستفسار أكثر على البرنامج كل هذه التساؤلات والاستفسارات والمشاكل يمكننا

استغلالها كمصدر أفكار للمحتوى الخاص بالموقع الإلكتروني ومواقع التواصل الاجتماعي وحتى للورشات التعليمية المجانية.

قائمة المراجع:

الكتب :

1- د/الشريف عبد الفتاح عبد المجيد ،التربية الخاصة وبرامجها العلاجية،جامعة الحدود الشمالية،2011.

2- د/ الباز مروة محمد ، طرق تدريس ذوي الاحتياجات الخاصة،تخصص علوم،جامعة بورسعيد،مصر.

3- د/ بلجون كوثر جميل سالم ،مناهج وطرق تعليم ذوي الاحتياجات ،2009.

المجلات والمذكرات :

1- م/ راضي محمد حميد ،واقع تسويق الخدمات التعليمية- مجلة الإدارة والاقتصاد،كلية المأمون،العدد 85 ،2010.

2- عبد الغني أسماء محمود احمد ،ادارة تسويق الخدمات التعليمية للتعليم الثانوي الصناعي،جامعة سوهاج ،كلية التربية،2017.

3- د/ العاني وجيهة ثابت ،استخدام التكنولوجيا المساعدة في تعلم طلبة ذوي الإعاقة، جامعة السلطان قابوس،عمان ،2017.

الانترنيت :

https://www.feedo.net.

https://www.molhim.com

الفهرس

المقدمة

الفصل النظري

المبحث الأول : التسويق التعليمي

المطلب 1:مفهوم التسويق التعليمي.....ص4

المطلب 2:أهداف التسويق في المؤسسات التعليمية.....ص5

المطلب 3: أثر تسويق الخدمات التعليمية على المنظمة التعليمية.....ص6

المطلب 4: الخطة التسويقية في التسويق التعليمي.....ص7

المطلب 5: المزيج التسويقي في خطة التسويق التعليمي.....ص9

المطلب 6: أهم الاستراتيجيات الناجحة في التسويق التعليمي سنة2022 .....ص10

المبحث 2: تلاميذ ذوي الإعاقة واحتياجاتهم :

المطلب 1: التعريف بفئات ذوي الاحتياجات الخاصة.....ص14

المطلب 2: تصنيفات فئات ذوي الاحتياجات الخاصة.....ص15

المطلب 3:الاحتياجات التعليمية لذوي الاحتياجات الخاصة.....ص16

المطلب 4 : بنية منهج ذوي الاحتياجات الخاصة وعنا صره.....ص20

المطلب 5 :التمييز الإيجابي لذوي الاحتياجات الخاصة ص21

المبحث 3 : دور تكنولوجيا التعليم في تقديم حلول لذوي الاحتياجات الخاصة

المطلب 1: الحلول التي تقدمها تكنولوجيا التعليم.....ص22

المطلب 2 :الوسائل التعليمية.....ص 23

الفصل التطبيقي.....أنموذج مخطط الأعمال

الخاتمة

قائمة المراجع

الفهرس