

## أثر المناقشة الالكترونية القائمة علي استراتيجيات توليد الأفكار (Scamper) في تنمية مفاهيم التسويق الابتكاري ومهارات التنظيم الذاتي لدي طلاب المدرسة الثانوية التجارية.

أ.م.د/ حنان السيد عبد الرحمن الحجري\*

### المستخلص

هدف البحث قياس أثر المناقشة الالكترونية القائمة علي استراتيجيات توليد الأفكار لسكامبر علي تنمية مفاهيم التسويق الابتكاري ومهارات التنظيم الذاتي لدي طلاب المدرسة الثانوية التجارية، وقد تم إعداد قائمة بمفاهيم التسويق الابتكاري شملت (٢١) مفهوماً رئيسياً و(٤٣) مفهوماً فرعياً، وتم إعداد موضوعات التسويق الابتكاري باستخدام المناقشة الالكترونية القائمة علي استراتيجيات توليد الأفكار لسكامبر، وتم إعداد اختبار معرفي لقياس مفاهيم التسويق الابتكاري، ومقياس لقياس مهارات التنظيم الذاتي، وتم التطبيق علي عينة عددها (٣٦) طالبة قسمت عشوائياً إلي مجموعتين تجريبيتين الأولى (تدرس باستخدام المناقشة الالكترونية القائمة علي استراتيجيات توليد الأفكار لسكامبر) والثانية (تدرس باستخدام المناقشة الالكترونية العادية)، وطبقت أدوات القياس قبلياً وبعدياً علي المجموعتين التجريبيتين، وأسفرت نتائج البحث عن تفوق المجموعة التجريبية الأولى علي المجموعة التجريبية الثانية في كل من الاختبار المعرفي البعدي للتسويق الابتكاري ومقياس مهارات التنظيم الذاتي البعدي، مما يدل علي كبر حجم أثر المناقشة الالكترونية القائمة علي توليد الأفكار لسكامبر في تنمية مفاهيم التسويق الابتكاري ومهارات التنظيم الذاتي لدي طلاب التعليم التجاري. وأوصي البحث بضرورة إعادة النظر في مناهج المدرسة التجارية بحيث تنمي مفاهيم التسويق الابتكاري ومهارات التنظيم الذاتي لدي الطلاب، واستخدام استراتيجيات تدريس متنوعة تعتمد علي الأساليب التكنولوجية الحديثة التي تساهم وتساعد علي ذلك مثل: المناقشة الالكترونية القائمة علي استراتيجيات توليد الأفكار لسكامبر.

**كلمات مفتاحية:** المناقشة الالكترونية، استراتيجيات توليد الأفكار لسكامبر، التسويق الابتكاري، مهارات التنظيم الذاتي.

### المقدمة:

يتميز العصر الذي نعيش فيه بالتغير المستمر، والتطور التكنولوجي السريع، وقد تأثرت منظمات وهيئات المجتمع بكل ما هو جديد في مجال تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، الأمر الذي فرض ضرورة مواكبة ذلك التطور، وادركت الكثير من دول العالم أن العلم والتكنولوجيا يساهمان بدرجة كبيرة في التقدم والازدهار والرفاهية لدي الشعوب؛ لذا فإن التطور العلمي والتكنولوجي لا يمكن تحقيقه إلا عن طريق التعليم؛ وينبغي تعليم الطلبة مسارات التفكير المختلفة للوصول الي المعلومات المتاحة بدلا من حفظها واسترجاعها وتوجيههم الي تبني أساليب توليد الحلول باستخدام مهاراتهم العقلية في مواجهة الأوضاع الجديدة التي يجابهونها.

كما شهد العصر الحالي تطوراً سريعاً ومتلاحقاً في شتى مجالات الحياة، ذلك نتيجة للثورة المعلوماتية والتقنية، الأمر الذي يلقي على التربية مسؤولية جسمية في تلبية حاجتنا إلى تربية فعالة تعمل على تنشئة متعلمين يتسمون بمرونة التفكير والانتقال من حالة السلبية والتلقي والخمول إلى النشاط والحيوية (محمود، ٢٠١٥، ص١).

وفي ضوء هذه التكنولوجيا الحديثة والمتطورة ووسائل التعليم والتعلم الجديدة وظهور شبكة الإنترنت ومدى فعاليتها في العملية التعليمية، لإسهامها بالطرق والاستراتيجيات التي ساعدت المعلمين على القيام بواجباتهم بدرجة عالية من الكفاءة والفعالية، وتتوفر كافة هذه الخدمات في التعليم الإلكتروني والذي يتضح أهميته في توفيره استراتيجيات تدريس جديدة تعتمد على المتعلم وقدراته واحتياجاته كما أنه يلعب دوراً كبيراً في إصلاح وتطوير العملية التعليمية والبرمجيات المستخدمة بها (الشرقاوي، ٢٠١٣، ص١٤).

وتعد المناقشات الجماعية إحدى طرق التفاعل التي تسمح بتبادل الأفكار داخل سياق واحد مقدم عن طريق المعلم الذي يقوم بدور الميسر، وهذه الطريقة تتبع منهجاً ديمقراطياً وتسمح لكل فرد بالمساهمة بأفكاره وتبادلها مع الآخرين، وعندما تتواجد مجموعة من الأشخاص معاً في مكان واحد فسوف يبدأون في التحدث مع بعضهم البعض، وأفضل طريقة لإيجاد إجابات عن أسئلتنا هي أن يتحدث أحدنا مع الآخر (ابراهيم، ٢٠١٣، ص٢١٩). كما أن المناقشة موقف تعليمي يشترك فيه المعلم مع المتعلمين في فهم وتحليل وتفسير وتقويم موضوع أو فكرة إزاء عمل أو مشكلة ما وبيان مواطن الاختلاف والاتفاق فيما بينهم من أجل الوصول إلى قرار، حيث يتحول الطلاب داخل المجموعة إلى محللين وناقدين ومتخذي قرار، يجمعون البيانات والمعلومات لبناء تعلمهم، وأحياناً يعمل الطالب بمفرده لتشكيل فكرة أو تحليل موقف، وهي إحدى طرق التفاعل التي تسمح بتبادل الأفكار داخل سياق واحد مقدم عن طريق المعلم الذي يقوم بدور الميسر وهذه الطريقة تتبع منهجاً ديمقراطياً، وتسمح لكل فرد بالإسهام بأفكاره وتبادلها مع الآخرين (السيد، ٢٠١٨، ص٦١). كما تعرف علي أنها حوار ونقاش بين الطلاب يظهر فيه الدور الإيجابي الواضح لهما لتحقيق أهداف التعلم، وذلك إما بتوجيه وضبط من قبل المعلم، أو باعتماد المجموعة على ذاتها مما قد يسهم في تحسين التعلم ومستوى الانخراط في التعلم (فارس، ٢٠١٦، ص٣٦٤).

وتساعد المناقشات الإلكترونية في الحصول على المعلومات بطرائق مبتكرة، وتتيح خبرات أكثر متعة وإيجابية يمكن من خلالها تطوير مهارات الطلاب، ورفع مستوى الثقة لديهم، فضلاً عن توفير فرصة لبناء المعرفة، وتبادل الأفكار ووجهات النظر، وتعزيز المشاركة وتحسين التعاون، ودعم تعلم المفاهيم، حيث يسهم تعلم الأقران في تحسين الفهم، وقد أسست النظرية البنائية الاجتماعية لفيجوتسكي Vygotsky على أن التعلم والنمو المعرفي يرتبطان بشكل متكامل مع التفاعلات الاجتماعية حيث أنها تؤدي دوراً في التعلم، فيكتسب الطلاب معرفتهم من بعضهم البعض، وأن كل وظيفة في النمو المعرفي تظهر مرتين، الأولى على المستوى الاجتماعي حيث التفاعل بين شخص وآخر أكثر خبرة ومعرفة، والثانية على المستوى الفردي حيث يحدث التعلم على مستوى العمليات الداخلية (خميس، ٢٠١٣، ص٢٧).

ويلاحظ من منظور النظرية البنائية الاجتماعية أن المناقشات الجماعية تخلق فرصاً للطلاب لبناء المعاني معاً، ودمج المعرفة الجديدة إلى تجاربهم السابقة، فالمناقشات هي بمثابة منصة لتفاعل الطلاب والمعلمين في بيئة اجتماعية تتخطى حدود الزمان والمكان، وتشجع على التفكير والمشاركة البناءة. (Baran & Correia, 2009,p430) وقد أكدت العديد من الدراسات علي دور المناقشة الإلكترونية

وإسهامها في العملية التعليمية مثل: (سعيد، ٢٠١٥؛ القطان، ٢٠١٦؛ علي، ٢٠١٨؛ Ryan, 2013؛ Lindberg & Brown, 2020) كما يمكن تطبيق المناقشة الالكترونية من خلال العديد من الاستراتيجيات التعليمية الحديثة مثل: المشاريع والتعلم التعاوني و(سكامبر).

وتعد استراتيجية (سكامبر) (Scamper) إحدى استراتيجيات التعلم النشط التي تهدف إلى إيجابية المتعلم وتفعيل دوره من خلال العمل والبحث وربطه مع البيئة التي يعيش فيها، وتمكينه من مهارات التفكير التي تساعده على مواجهة المشكلات، وتؤكد على فاعلية دوره واستخدام المهارات التي تعلمها ليمارسها في المدرسة، البيت، النادي، المجتمع (الشبيدي، ٢٠١٨، ص ١١).

وتقوم فلسفة استراتيجية (سكامبر) SCAMPER على فكرة مساعدة الطلاب على توليد الأفكار الجديدة أو البديلة، ومساعدة الطلاب على طرح الأسئلة التي تتطلب منهم التفكير خارج الصندوق، وهي أداة مرنة تحث على توليد وجهات نظر مختلفة أثناء حل مشكلة معينة بطريقة ابداعية، وكل حرف من الأحرف السبعة يشير إلى الحرف الأول من الكلمات أو المهارات التي تشكل في مجملها "قائمة توليد الأفكار" وهي كالتالي: الإستبدال Substitute، التجميع Combine، التكيف Adapt، التطوير Modify، الإستخدامات الأخرى Put to other uses، الحذف Eliminate، العكس Reverse إعادة الترتيب Rearrange (Serrat, 2017, p312).

وقد أكدت العديد من الدراسات علي فاعلية استراتيجية (سكامبر) في تنمية العديد من جوانب العملية التعليمية كالتحصيل والمفاهيم والمهارات والتفكير بأنواعه مثل: (محمود، ٢٠١٧؛ مصيلحي، وأبو عبدالله، ٢٠١٨؛ حسن و الرئيس، ٢٠١٨؛ خليل، و جاسم، ٢٠١٩)

(Kaytez & Aytar, 2016؛ Alikhawaldeh, 2018؛ [Al-Zuwaini](#), 2019)

وبالنظر إلى المناقشة الالكترونية واستراتيجية (سكامبر) يلاحظ وجود إتفاق واشتراك في الاهداف التي تسعى كل منهما إلى تحقيقها مثل: تحقيق تحفيز المتعلمين على توليد الأفكار حول موضوع ما، أو القضايا التي تعرض عليهم، وجعل المتعلمين مفكرين ناقدين وتنمي مواهبهم، وتنمية مهارة المتعلم في طرح التساؤلات التحفيزية المختلفة، وتعويد المتعلمين على الاستفادة من أفكار الآخرين من خلال تطويرها والبناء عليها، والسماح للمتعلمين بالتعبير عن أفكارهم وتقبل أفكار الآخرين مع مزيد من الحرية والسهولة، وتفعيل دور المتعلم في المواقف التعليمية، وتحقيق الدور الإيجابي لكل عضو من أعضاء المجموعة والتدريب على طرق التفكير السليمة، والتمكن من المشاركة بالمناقشات في أي وقت وفي أي مكان تتوفر فيه عملية الاتصال، فكل منهما تدعم الأخرى مما دفع الباحثة إلى استخدام المناقشة الالكترونية القائمة علي استراتيجية توليد الأفكار (سكامبر).

ولما تتمتع به استراتيجية (سكامبر) من العديد من المميزات فقد تم استخدامها في العديد من المجالات التعليمية المختلفة مثل الفقه والعلوم والجغرافيا والهندسة والاقتصاد المنزلي؛ مما دفع الباحثة إلى استخدام المناقشة الالكترونية القائمة علي استراتيجية توليد الأفكار (سكامبر) في التسويق الابتكاري.

ويعد التسويق الابتكاري من الاتجاهات الحديثة، التي تعبر عن تطور الفكر التسويقي، الذي لم يعد محصوراً بدراسة احتياجات السوق، وصياغة مزيج تسويقي يلبي حاجات ورغبات المستهلك، بل تطور إلى كونه نشاط متكامل يهدف إلى خلق الحاجة، بدفع المستهلك إلى الشعور بأنه لم يكن مدرجاً حاجته

لمنتج ما، مما يدفعه إلى اقتناء هذا المنتج، مع الشعور بأنه يمتلك قيمة ومنفعة لم يسبق له وان تحصل عليها من قبل (Sharon & Thierry, 2020,p764). وقد ساهمت التحولات الإقتصادية العالمية في زيادة حدة المنافسة بين المؤسسات الإقتصادية، خاصة في بيئة الثابت فيها هو التغيير، حيث الأسواق تتحول، التكنولوجيا تتطور، المنتجات تتقدم، والعمليات تتغير بسرعة، ويعتبر الابتكار في مجال التسويق من الأساليب الحديثة التي تقود عملية التغيير بما يضمن للمؤسسة التفوق والتميز وتجنب خطر المنافسين وأيضا القدرة على التكيف مع المستجدات المعاصرة (عبد القادر وكشروود، ٢٠١٧، ص ٦٥٨).

وعلى الجانب الآخر يتسم التسويق الابتكاري بعدد من الخصائص أهمها: أنه لا يقف عند توليد أو إيجاد الفكرة وإنما يتعدى ذلك إلى وضع هذه الفكرة موضع التطبيق العملي، ولا يقتصر التسويق الابتكاري على مجال تسويقي معين، وإنما يمتد لأي مجال أو ممارسة تسويقية ويجب أن يستغل التسويق الابتكاري الأفكار الجديدة بنجاح حتى يكون مفيداً للمنظمة (Medrano et al., 2020, p2).

وقد أكدت العديد من الدراسات (عبد القوي، ٢٠٠٨؛ فودة، ٢٠١٢؛ مرسى، ٢٠١٩) على أهمية دراسة التسويق لطلاب التعليم التجاري والعمل على تطويره وربطه بالمستجدات والمستحدثات التكنولوجية؛ لاعدادهم لمواكبة التطورات المذهلة في كافة مجالات الحياة.

ويعد الارتقاء بمستوى الطالب في كافة المراحل التعليمية من المطالب الهامة التي يسعى إليها المسؤولين عن العملية التعليمية وهو ما دفع التربويين والباحثين للبحث عن طرق بناء القدرات وتعزيز القيم واكتساب السلوكيات والمهارات التي من شأنها مساعدة الطلاب على تشكيل مستقبلهم بأنفسهم عن طريق تنمية بعضاً من المهارات العقلية والتعليمية التي تساعد في التعامل مع المعلومات وتمكنهم من حل المشكلات واتخاذ القرارات، ولعل من أهم المهارات التي يتوقع تحقيقها ما يسمى بالمهارات التنظيمية، وعمليات التنظيم الذاتي التي تعد حلقة الوصل بين الطالب والبيئة المحيطة من ناحية والأداء الحقيقي من جهة أخرى (لاشين، ٢٠٠٩، ص ١٤٢).

كما تعد مهارات التنظيم الذاتي أحد المكونات الأساسية للنجاح، ومن المتفق عليه أن بعض الأفراد أكثر تنظيماً من غيرهم بشكل فطري طبقاً لنظرية الفروق الفردية؛ حيث تساعد على تكيف الطالب مع مناخ مليء بالواجبات والمهام وتضفي بنية خاصة على مكان تواجده وتخلق جواً من النظام في حياته كلها بشكل عام، وتساعد على توسيع قدرات الطالب العقلية في تخزين واسترجاع البيانات، كما تساهم في إحساس المتعلم بالثقة بالنفس لما يتعود عليه من مهارات تصاحبه طوال مراحل تعلمه فهو تعلم مرتبط بشخصية المتعلم ومصاحب له طوال فترة تعلمه، وتساعد على تنمية قدرات المتعلم الأدائية في المواد التعليمية من خلال تنظيم مراحل التعلم واطمأن كل مرحلة على حدة (Cuncic, 2020).

ومن ناحية أخرى فإن الطلاب المنظمون ذاتياً لديهم العديد من القدرات والسلوكيات مثل تحديد الاهداف والتخطيط لها، وادارة الوقت والجهد، والوعي بمتطلبات انجاز المهام، وتحليل المهام لانجازها بدقة، وتوليد الأفكار ذاتياً والتي تتناسب مع أهداف التعلم، ولديهم رغبة ملحة في التحسين المستمر، وممارسة استراتيجية التقويم الذاتي المستمر لأعمالهم وأفكارهم (جابر وآخرون، ٢٠١٤، ص ٥٠٤). وهذه الخصائص ذات أهمية كبيرة؛ مما دفع الباحثة للعمل على تنميتها من خلال المناقشة الالكترونية القائمة على استراتيجية توليد الافكار (سكامبر).

**الاحساس بالمشكلة :-**

شعرت الباحثة بوجود مشكلة البحث من خلال:

- الدراسات السابقة: حيث أكدت العديد من الدراسات السابقة علي ضرورة تطوير المناهج التعليمية وتحديثها بكل ما هو جديد في مجال التسويق بما يضمن تحقيق أهداف المادة واكتساب الطلاب المهارات التسويقية التي تمكنهم من أداء اعمالهم ومهامهم المستقبلية عند التحاقهم بسوق العمل، ومن هذه الدراسات: (مزروع، ٢٠٠٧؛ عبد القوي، ٢٠٠٨؛ فودة، ٢٠١٢؛ عبد العزيز، ٢٠١٣؛ علي، ٢٠١٣؛ أحمد، ٢٠١٤؛ أحمد، ٢٠١٦؛ مرسى، ٢٠١٩). مما دفع الباحثة إجراء بحث عن التسويق الابتكاري لمواكبة التوجهات الحديثة والمعاصرة في مجال التسويق.

- قامت الباحثة بتحليل محتوى كتب مقرر التسويق في الصف الأول والثاني والثالث التجاري وقد تبين خلوها من مفاهيم التسويق الابتكاري؛ وذلك علي الرغم من اهميتها وضرورة تدريسها للطلاب لإعدادهم لحياتهم العلمية والمهنية.

- إجراء مقابلة مفتوحة غير مقننة مع عدد(٣٠) من موجهي مادة التسويق في التعليم التجاري، والمعلمون في المدارس التجارية، ويمكن توضيح نتائج المقابلة في الجدول التالي:

**جدول (١) نتائج المقابلة مع موجهي ومعلمي مادة التسويق في التعليم التجاري**

| نسبة الاتفاق | المحور  |
|--------------|---|
| ٩٥٪          | ١- مدي أهمية تدريس التسويق الابتكاري لطلاب التعليم التجاري، ووضعه في مناهج التعليم التجاري. |
| ٩٠٪          | ٢- مجالات ومتطلبات التسويق الابتكاري.   |
| ٩٣٪          | ٣- مراحل ومهارات التسويق الابتكاري.   |
| ٩٥٪          | ٤- أهمية تنمية مهارات التنظيم الذاتي لدي الطلاب.  |

- لاحظت الباحثة عدد (١٠) من المعلمين القائمين بتدريس مادة التسويق خلال الحصص، ويمكن توضيح نتائج الملاحظة في الجدول التالي:

**جدول(٢) نتائج الملاحظة للمعلمين القائمين بتدريس مادة التسويق**

| النسبة | بنود الملاحظة   |
|--------|---|
| ٨٥٪    | ١- عدم اشراك الطلاب في تنفيذ الدرس.   |
| ٨٠٪    | ٢- عدم القدرة على التغلب على كثير من الصعوبات التي تواجه الطلاب في التسويق. |
| ٩٠٪    | ٣- عدم المتابعة للجديد في التسويق.  |
| ٨٥٪    | ٤- عدم مراعاة الفروق الفردية بين الطلاب                                     |

وفي ظل جائحة كورونا اصبحت الحصص غير كافية لتدريس المادة ؛ مما تقدم تبين الحاجة إلى تدريس التسويق الابتكاري لطلاب المدارس التجارية باستخدام المناقشة الالكترونية القائمة علي استراتيجيات توليد الأفكار (سكامبر).

**مشكلة البحث:**

تحدد مشكلة البحث في عدم تضمين مناهج التسويق لطلاب المدارس الثانوية التجارية لمفاهيم التسويق الابتكاري ومهارات التنظيم الذاتي؛ مما يتطلب تحديد أثر استخدام المناقشة الالكترونية القائمة علي إستراتيجية توليد الأفكار ( Scamper ) في تنمية مفاهيم التسويق الابتكاري ومهارات التنظيم الذاتي، لدي طلاب المدرسة الثانوية التجارية.

**تساؤلات البحث:** يحاول البحث الإجابة علي التساؤلات الآتية:

- ١- ما مفاهيم التسويق الابتكاري التي يجب تنميتها لدي طلاب المدرسة الثانوية التجارية؟
- ٢- ما التصور المقترح للمناقشة الالكترونية القائمة علي إستراتيجية توليد الأفكار (سكامبر) الملانمة لتنمية مفاهيم التسويق الابتكاري، ومهارات التنظيم الذاتي لدي طلاب المدرسة الثانوية التجارية؟
- ٣- ما أثر المناقشة الالكترونية القائمة علي استراتيجية توليد الأفكار (Scamper) في تنمية مفاهيم التسويق الابتكاري لدي طلاب المدرسة الثانوية التجارية؟
- ٤- ما أثر المناقشة الالكترونية القائمة علي استراتيجية توليد الأفكار (Scamper) في تنمية مهارات التنظيم الذاتي لدي طلاب المدرسة الثانوية التجارية؟

**فروض البحث:**

- ١- يوجد فرق ذو دلالة إحصائية عند مستوي (٠,٠١) بين متوسطي درجات طالبات المجموعة التجريبية الأولى (التي تدرس بإستخدام المناقشة الالكترونية القائمة علي استراتيجية توليد الافكار (سكامبر)، والمجموعة التجريبية الثانية (التي تدرس بإستخدام المناقشة الالكترونية العادية)، في درجات الاختبار المعرفي للتسويق الابتكاري البعدي لصالح المجموعة التجريبية الأولى.
- ٢- يصل حجم التأثير إلي نسبة أعلى من (٠,٨) عند القياس بمعدل مربع إيتا في درجات الاختبار المعرفي للتسويق الابتكاري البعدي للمجموعة التجريبية الأولى.
- ٣- يوجد فرق ذو دلالة إحصائية عند مستوي (٠,٠١) بين متوسطي درجات طالبات المجموعة التجريبية الأولى (التي تدرس بإستخدام المناقشة الالكترونية القائمة علي استراتيجية توليد الافكار (سكامبر)، والمجموعة التجريبية الثانية (التي تدرس بإستخدام المناقشة الالكترونية العادية) ، في درجات مقياس مهارات التنظيم الذاتي البعدي لصالح المجموعة التجريبية الأولى.
- ٤- يصل حجم التأثير إلي نسبة أعلى من (٠,٨) عند القياس بمعدل مربع إيتا في درجات مقياس مهارات التنظيم الذاتي البعدي للمجموعة التجريبية الأولى.

**أهداف البحث:** يهدف البحث إلى:

- ١- قياس اثر استخدام المناقشة الالكترونية القائمة علي استراتيجية توليد الأفكار (سكامبر) علي تنمية مفاهيم التسويق الابتكاري، لدي طلاب المدرسة الثانوية التجارية.
- ٢- قياس اثر استخدام المناقشة الالكترونية القائمة علي استراتيجية توليد الأفكار (سكامبر) في تنمية مهارات التنظيم الذاتي لدي طلاب المدرسة الثانوية التجارية.

**أهمية البحث :** قد يفيد هذا البحث في:

- ١- نمو مفاهيم التسويق الابتكاري لدي طلاب المدارس الثانوية التجارية مما يجعلهم قادرين علي ابتكار أساليب ووسائل تسويقية جديدة وفعالة.
- ٢- زيادة نمو مهارات التنظيم الذاتي لدي طلاب المدارس الثانوية التجارية مما يزيد قدرتهم على الإنجاز للأعمال التي يكفوا بها، ويزيد من ثقتهم بأنفسهم.
- ٣- تقديم دليل للمعلم يساعد علي استخدام المناقشة الالكترونية واستراتيجية توليد الافكار (سكامبر) في الفصل المدرسي أثناء العملية التعليمية.
- ٤- تقديم أدوات لقياس الجانب المعرفي للتسويق الابتكاري ومهارات التنظيم الذاتي يمكن استخدامها في تقويم تعلم الطلاب.
- ٥- توجيه اهتمام القائمين علي العملية التعليمية من مخططي ومنفذي المناهج والبرامج التعليمية إلى ضرورة استخدام الاستراتيجيات القائمة علي توليد الافكار (سكامبر) واستخدام الأساليب التكنولوجية الحديثة ودمجها في العملية التعليمية مما يزيد من حماسة الطلاب، وقدرتهم علي الابتكار، والتنظيم الذاتي.

**حدود البحث :** أقتصر البحث علي الحدود الآتية:

**حدود بشرية:** طلاب الصف الثاني من طلاب المدارس الثانوية التجارية.

**حدود زمانية:** تم إجراء البحث في الفصل الدراسي الأول ٢٠٢٠/٢٠٢١.

**حدود مكانية:** مجموعة من طالبات مدرسة النيل الثانوية التجارية للبنات بالقاهرة.

**حدود موضوعية:** مفاهيم التسويق الابتكاري، ومهارات التنظيم الذاتي.

**منهج البحث :** يتبع هذا البحث:

- **المنهج الوصفي التحليلي :** من خلال دراسة وتحليل الدراسات والبحوث العلمية العربية والأجنبية المرتبطة بمحاور البحث وهي : المناقشة الالكترونية، استراتيجية توليد الافكار (سكامبر)، التسويق الابتكاري، مهارات التنظيم الذاتي.

- **المنهج التجريبي :** من خلال قياس أثر المناقشة الالكترونية القائمة علي استراتيجية توليد الأفكار (Scamper) في تنمية مفاهيم التسويق الابتكاري والتنظيم الذاتي لدي طلاب المدرسة الثانوية التجارية.

**مجتمع وعينة البحث:-** تكون مجتمع البحث من طالبات الصف الثاني بمدرسة النيل الثانوية التجارية للبنات بإدارة مصر القديمة التعليمية ، وتكونت مجموعة الدراسة من (٣٦) طالبة وتم تقسيمهما إلي مجموعتين تجريبيتين.

**التصميم التجريبي للبحث :** - استخدم البحث التصميم التجريبي ذو المجموعتين التجريبتين كما في الجدول التالي:

جدول ( ٣ ) التصميم التجريبي المستخدم في البحث

| التطبيق البعدي  | المعالجة التجريبية   | التطبيق القبلي  | تنفيذ التجربة<br>مجموعات البحث |
|---|--|---|--------------------------------|
| - الاختبار المعرفي<br>للتسويق الابتكاري.<br>- مقياس مهارات<br>التنظيم الذاتي. | استخدام المناقشة الالكترونية القائمة<br>علي استراتيجية توليد الافكار (<br>سكامبر). | - الاختبار المعرفي<br>للتسويق الابتكاري.<br>- مقياس مهارات التنظيم<br>الذاتي. | التجريبية الأولى.              |
|   | استخدم المناقشة الالكترونية<br>العادية.  |   | التجريبية الثانية.             |

إجراءات البحث:-

للإجابة على أسئلة البحث واختبار مدى صحة فروضه، اتبع البحث الخطوات التالية:

١. دراسة وتحليل الدراسات والأدبيات العربية والأجنبية المحلية والعالمية المرتبطة بمحاور البحث وهي: المناقشة الالكترونية، واستراتيجية توليد الافكار ( سكامبر)، والتسويق الابتكاري، ومهارات التنظيم الذاتي.
٢. إعداد قائمة بمفاهيم التسويق الابتكاري اللازمة لطلاب المدارس الثانوية التجارية، وعرضها علي السادة المحكمين وإجراء التعديلات المطلوبة، ووضعها في صورتها النهائية.
٣. إعداد موضوعات التسويق الابتكاري، وفقاً لاستراتيجية توليد الافكار (سكامبر) لتطبيقها علي المجموعة التجريبية الأولى، وعرضها علي السادة المحكمين وإجراء التعديلات المطلوبة ووضعها في صورتها النهائية.
٤. إعداد موضوعات التسويق الابتكاري وفقاً للمناقشة الالكترونية العادية وعرضها علي السادة المحكمين وإجراء التعديلات المطلوبة ووضعها في صورتها النهائية.
٥. إعداد اختبار معرفي لقياس مدى نمو مفاهيم التسويق الابتكاري لدي الطلاب، وعرضه علي السادة المحكمين ووضعها في صورته النهائية.
٦. إعداد مقياس مهارات التنظيم الذاتي لقياس مدى نمو مهارات التنظيم الذاتي، وعرضه علي السادة المحكمين ووضعها في صورته النهائية.
٧. اختيار عينة البحث عشوائياً من طلاب المدرسة الثانوية التجارية الصف الثاني وتقسيمها إلي مجموعتين تجريبتين الأولى تدرس باستخدام المناقشة الالكترونية القائمة علي استراتيجية توليد الافكار (سكامبر)، والتجريبية الثانية تدرس باستخدام المناقشة الالكترونية العادية.
٨. تطبيق أدوات القياس (الاختبار المعرفي للتسويق الابتكاري، ومقياس مهارات التنظيم الذاتي) قبلياً علي عينة البحث.
٩. التدريس للمجموعتين التجريبتين.
١٠. تطبيق أدوات القياس بعدياً.
١١. تسجيل النتائج ومعالجتها إحصائياً وتفسيرها.
١٢. تقديم التوصيات والمقترحات.



**مصطلحات البحث:****المناقشة الإلكترونية Online Discussions:**

تعرفها الباحثة علي إنها عبارة عن خطة وإجراءات منظمة تسعى لتحقيق مجموعة من الأهداف التعليمية المحددة في فترة زمنية محددة من خلال بيئة تعليمية نشطة تتيح للطالبات النقاش والتفاعل مع زميلاتهم ومعلميهم وموادهم التعليمية إلكترونياً، وذلك إما بتوجيه وضبط من قبل المعلم، أو باعتماد المجموعة على ذاتها مما يساعد علي نمو مهارات التسويق الابتكاري ومهارات التنظيم الذاتي لدي الطالبات.

**استراتيجية توليد الأفكار (Scamper):**

تعرف إجرائياً في هذا البحث علي أنها مجموعة من الأسئلة الموجهة التي تستثير تفكير الطالبات من خلال طرح مشكلات متعمقة في التسويق الابتكاري، والتعرف عليها لإيجاد حلول ابتكارية للمشكلة المطروحة من خلال الاجابة عن بعض الأسئلة المحفزة التابعة ل(Scamper) والتي تشير دلالتها إلى: الاستبدال، التجميع، التكيف، التطوير، الاستخدامات الأخرى، الحذف، إعادة الترتيب أو العكس.

**التسويق الابتكاري Innovation Marketing:**

يشير أبو جمعة (٢٠١٠، ص ٣) إلي أن التسويق الابتكاري هو تصميم وتنفيذ مجموعة من الأفكار الخلاقة وغير التقليدية وتحويلها إلى تطبيقات عملية في أحد مجالات المزيج التسويقي كالمنتج، أو التسعير، أو الترويج أو التوزيع. وقد تبنت الباحثة هذا التعريف لملائمته لطبيعة البحث ولطلاب الصف الثاني الثانوي التجاري.

**مهارات التنظيم الذاتي Self-Regulation Skills:**

تعرف مهارات التنظيم الذاتي إجرائياً في هذا البحث: بأنها سلسلة الاجراءات التي تتمكن من خلالها الطالبة من استخدام وتوظيف المهارات التي تساعدها علي التخطيط ووضع الأهداف ، والتنظيم، والعمل الجماعي، والبحث عن المعلومات ، وإدارة الوقت؛ مما يجعل الطالبة نشطة وايجابية خلال العملية التعليمية وتحصل علي أفضل النتائج وبالتالي زيادة ثقتها بنفسها مما يؤدي إلى زيادة القدرة الإنتاجية للعملية التعليمية، وتقاس بالدرجة التي تحصل عليها الطالبة في مقياس مهارات التنظيم الذاتي.

**الاطار النظري للبحث**

يتناول الإطار النظري للبحث المحاور الآتية: استراتيجية توليد الافكار (سكامبر) وتطبيقها من خلال المناقشة الإلكترونية، والتسويق الابتكاري، ومهارات التنظيم الذاتي، وفقاً لما يلي:

**المحور الأول: استراتيجية توليد الافكار (سكامبر) و المناقشة الإلكترونية:**

يتناول هذا المحور استراتيجية (سكامبر) ودورها في العملية والتعليمية وفي تنمية مفاهيم التسويق لابتكاري لدي المتعلمين كما يوضح كيفية تصميم المناقشة التعليمية الإلكترونية وفقاً لمبادئ وأسس هذه الاستراتيجية، وفقاً لما يلي:

**استراتيجية (سكامبر):**

نشأت هذه الإستراتيجية عام ١٩٧١م من قبل ألكس أوسبورن Alex Osborn وبوب اييريل Bob Eberle بهدف تعزيز القدرات الابتكارية لدى الأطفال، إلا أنها حازت شهرة واسعة في الآونة الأخيرة ونفذت في جميع أنحاء العالم من أجل الاستخدامات التي تتطلب التفكير في توليد الأفكار الجديدة في قطاع الأعمال (Toraman & Altun, 2013, p. 168).

وتعد استراتيجية (سكامبر) (Scamper) إحدى استراتيجيات التعلم النشط التي تهدف إلى إيجابية المتعلم وتفعيل دوره من خلال العمل والبحث وربطه مع البيئة التي يعيش فيها، وتمكينه من مهارات التفكير التي تساعد على مواجهة المشكلات، وتؤكد على فاعلية دوره واستخدام المهارات التي تعلمها ليمارسها في المدرسة، البيت، النادي، المجتمع (الشيدي، ٢٠١٨، ص ١١).

وتقوم فلسفة استراتيجية (سكامبر) SCAMPER على فكرة مساعدة الطلاب على توليد الأفكار الجديدة أو البديلة، ومساعدة الطلاب على طرح الأسئلة التي تتطلب منهم التفكير خارج الصندوق فتكسبهم مفاهيم التسويق الابتكاري والتنظيم الذاتي.

ويعرف (Motyl & Filippi, 2014, p 244) استراتيجية (سكامبر) بأنها: "طريقة لحل المشكلات، تهدف إلى المساعدة في توليد أفكار إبداعية، حيث تستخدم قائمة من الأسئلة الموجهة والمحفزة للأفكار بهدف اقتراح بعض الإضافات، أو التعديلات لشيء موجود بالفعل.

كما يشير محمود (٢٠١٥، ص ٢٤) على أنها نشاطات تستخدم لمساعدة التلاميذ على توليد أفكار جديدة أو بديلة وتدعم التفكير الإبداعي المتشعب التخيلي.

ويقصد بالحروف المختصرة SCAMPER ما يلي (رمضان، ٢٠١٤، ص ٨٨)

**حرف الأول: الاستبدال: S Substitute**

وهو التفكير باستبدال جزء من المشكلة أو المنتج بشيء آخر والنظر إلى البدائل التي يمكن تطويرها بأفكار جديدة وإمكانية تغيير الأشياء والأماكن مثل: ماذا يحدث لو تم استبدال البنزين في السيارة بالماء أو الثلج؟ هل يمكننا تغيير مجالات التسويق الابتكاري واستبدالها بمجالات أخرى؟

**الحرف الثاني: الجمع: C Combine**

وهو التفكير في جمع جزأين أو أكثر من المشكلة لإنتاج منتج أو عملية مختلفة مثل: هل يمكن الجمع بين الابتكار في مجال السعر والابتكار في مجال المنتج؟ ما الذي يمكن تجميعه في الهاتف الذكي لينتج بمواصفات أعلى وبسعر أقل؟ هل يمكن صنع مشروب يجمع بين الحليب والتمر؟

**الحرف الثالث: التكيف: A Adapt**

وهو تغيير الأفكار لتناسب الهدف المراد تحقيقه لتغيير الأشياء المألوفة والتفكير في تطابق الأفكار الموجودة لحل المشكلة مثل: ما الأشياء الممكن تعديلها في البيع الشخصي والاعلان لتحقيق التسويق الابتكاري والحصول على معلومات عن الزبائن المرتقبين؟ ما التغييرات التي يمكن إجرائها على المروحة لكي تستخدم في التدفئة؟

**M Modify: التعديل**

وهو تعديل الأفكار أي التفكير بعدة طرق لزيادة الفكرة أو تكبيرها مثال: كيف يمكن استخدام الحفز السلبي في تحقيق متطلب تحفيز الافراد علي الابتكار التسويقي؟ كيف يمكن تحويل الهاتف الذكي إلي جهاز عرض فوق رأسي (الداتا شو)؟

**P Put to other uses: الاستخدامات الأخرى**

وهو وضع الفكرة الحالية واستخدامها لأغراض مختلفة، أو التفكير في الأشياء التي يمكنك إعادة استخدامها بأماكن أخرى مثل: هل يمكن استخدام المشروبات الغازية في استخدامات أخرى مثل عمليات التنظيف المنزلية وفي عمليات صباغة الشعر؟ ماهي المصادر غير المتوقعة التي يمكن استخدامها في الوصول إلي الأفكار الابتكارية في التسويق؟

**E Eliminate: الإلغاء أو الحذف**

وهي التخلص من الأفكار غير المناسبة من خلال التفكير فيما قد يحدث إذا تم إلغاء أو حذف أجزاء من الفكرة مثل: ما الذي يمكن الاستغناء عنه في اللاب التوب جهاز قراءة الأسطونات أم إلغاء الاسلاك من الماوس أو لوحة المفاتيح؟ ماهي المهارات التي يمكن استبعادها من مهارات التسويق الابتكاري؟ وما هي الآثار المترتبة علي ذلك؟

**R Rearrange: إعادة الترتيب**

وهو التفكير في ما تستطيع أن تفعل إذا كان جزءًا من المشكلة أو المنتج يعمل بالعكس، أو العمل بترتيب مختلف ويتم هنا قلب الشيء أو جعله في وضع مناقض مثال: هل يمكن تنفيذ مراحل التسويق الابتكاري بالعكس؟ هل يمكن استخدام السلم الكهربائي في الاتجاهين الصعود والنزول؟ هل يمكن صنع قماش يصلح للشتاء والصيف في أن واحد؟

ويمكن توضيح هذه العمليات الدالة علي حروف الاستراتيجية في الشكل التالي:



شكل (١) عمليات استراتيجية (سكامبر) SCAMPER

وتعرف استراتيجية (سكامبر) إجرائياً في هذا البحث علي أنها مجموعة من الأسئلة الموجهة التي تستثير تفكير الطالبات من خلال طرح مشكلات متعمقة في التسويق الابتكاري، والتعرف عليها لإيجاد حلول ابتكارية للمشكلة المطروحة من خلال الاجابة عن بعض الأسئلة المحفزة التابعة ل(Scamper) والتي تشير دلالتها إلى: الاستبدال، التجميع، التكيف، التطوير، الاستخدامات الأخرى، الحذف، إعادة الترتيب أو العكس.

### خطوات استخدام استراتيجية (سكامبر):

يمكن تحديد خطوات استخدام استراتيجية (سكامبر) في التدريس كما يلي: (محمود ، ٢٠١٥، ص ١٢؛ العنزي، ٢٠١٥، ص ٧٢؛ محمد، ٢٠١٦، ٣٤٨؛ أبو لبن، ٢٠١٦، ص ٢٧٣؛ Luenendonk, 2019)

- إثارة المشكلة: يستخدم المعلم الوسائل التعليمية المتاحة، والشرح النظري لعرض الجوانب المرتبطة بالمشكلة، ويشجع الطلاب على البحث عن حل لها. مثل مشكلة تحقيق الابتكار في مجال المنتجات.
- تحديد المشكلة وصياغتها: وتعتمد هذه الخطوة على اختيار المعلم للمشكلة التي تتناسب مع المادة الدراسية، ومع المعرفة العلمية للمتعلمين، حيث يقوم المعلم ومجموعات الطلاب التي تتراوح بين ٣-٥ طالب بصياغة المشكلة بشكل واضح، وجمع المعلومات اللازمة لصياغتها مثال ان يطلب المعلم من الطلاب البحث عن كيفية تحقيق الابتكار في مجال المنتجات؟
- توليد الأفكار: وفيها يعمل الطلاب في مجموعات- بإشراف المعلم- على تقديم أكبر عدد ممكن من الأسئلة المحفزة المعتمدة على قائمة (سكامبر)، واستخدامها كأساس للحلول المحتملة أو فروض لحل المشكلة، وجمع المعلومات مرة أخرى، وإجراء التجارب، للتحقق من صحة هذه الفروض، وتعرض كل مجموعة أفكارها وما توصلت إليه أمام زملائهم، مع تجنب تقييم الأفكار ونقدها في هذه المرحلة، والتركيز على كم الأفكار وليس الكيفية، ومثال للأفكار التي توصل إليها الطلاب كيفية الابتكار في انتاج منتج جديد للسوق أو تحسين المنتج الحالي وإضافة مزايا إليه، أو إضافة خطوط انتاج جديدة.
- تقييم الأفكار ومراجعتها: يتم تقييم الأفكار المطروحة، ودمج الأفكار المتشابهة، وحذف التي تبدو غير مناسبة أو متكررة.
- حل المشكلة ومناقشته: يعرض المعلم ملخص ما تم التوصل إليه من حلول للمشكلة، والجوانب النظرية المرتبطة به، ويناقشها مع طلابه.

وتشير العديد من الكتابات إلي مزايا استخدام إستراتيجية (سكامبر) في التعلم في النقاط الآتية:

(صالح، ٢٠١٥، ص ١٩٣؛ أبو لبن، ٢٠١٦، ص ٢٧١)

- تفعيل دور المتعلم في المواقف التعليمية.
- تحفيز المتعلمين على توليد الأفكار حول موضوع ما، أو القضايا التي تعرض عليهم.
- تنمية مهارات التفكير بشكل عام لدى المتعلمين.
- إثارة حب الاستطلاع، وتحمل المخاطر.
- تنمية مهارة المتعلم في طرح التساؤلات التحفيزية المختلفة.
- تنمية الخيال، وبخاصة الخيال الابتكاري لدى المتعلمين.

- تكوين اتجاهات ايجابية لدى الطلاب نحو تعلم المادة الدراسية، ونحو التفكير، والخيال، والابتكار.
- تعويد المتعلمين على الاستفادة من أفكار الآخرين من خلال تطويرها والبناء عليها.
- مساعدة المتعلمين على تعميم الخبرات المكتسبة في مواقف حياتية مختلفة، بعد تقديمها لهم في سياقات متنوعة.

وهذه المزايا المتعددة ساعدت علي استخدامها في العديد من المجالات التعليمية المختلفة مثل الفقة والعلوم والجغرافيا والهندسة والاقتصاد المنزلي، وكذلك الطلاب الموهوبون والمتفوقون ومنها: (محمد، ٢٠١٧؛ العصيمي، ٢٠١٨؛ بشاي، ٢٠١٨؛ Alikhwaldeh, 2018)

وقد أثبتت الاستراتيجية فعاليتها في تنمية العديد من المهارات مثل دراسة (Kaytez & Aytar, 2016) التي أكدت فعالية استراتيجية (سكامبر) في تنمية مهارات الابداع لدي الأطفال في سن الخامسة، و(أبو زيد، ٢٠١٧)، حيث أستخدمت استخدام استراتيجية SCAMPER في تنمية مهارات التفكير الإبداعي والاتجاه نحو الإبداع لدى الطالبات معلمات رياض الأطفال بكلية التربية بسوهاج، وكذا(القلعوي، ٢٠١٩) أثبت تأثير استخدام استراتيجية (سكامبر) SCAMPER في تدريس الجغرافيا علي تنمية مهارات التفكير الجانبي وبعض عادات العقل لتلاميذ المرحلة الإعدادية، و(خريسات، ٢٠١٩) التي أثبتت أثر استخدام استراتيجية (سكامبر) (SCAMPER) في تحسين مهارات رسم الخرائط المفاهيمية لدى طالبات الصف السادس الأساسي في الأردن، كذلك تم استخدامها في كافة المراحل التعليمية المختلفة بداية من مرحلة رياض الأطفال و المرحلة الابتدائية و المرحلة الاعدادية و المرحلة الجامعية.

ويتمثل دور المعلم وفقاً لاستراتيجية (سكامبر) في أنه يتيح الفرصة للحوار والمناقشة، ويتقبل الأفكار الإبداعية، ويستجيب لأسئلة الطلاب وأفكارهم، ويمثل أحد مصادر المعلومات، ويعمل على تنظيم الوقت التعليمي لتوفير فرص التدريب المناسب، ومستشار لابتكار المنتجات والاختراعات بما يتناسب وطبيعة الدرس، ويتيح الفرصة للطلاب لتقويم أعمالهم وأعمال زملائهم (Drapeau, 2014, p 21).

وبالرجوع للدراسات السابقة وفي حدود علم الباحثة يتضح عدم استخدام استراتيجية (سكامبر) في تنمية مفاهيم التسويق الابتكاري ومهارات التنظيم الذاتي لدي طلاب المدرسة التجارية. ويمكن استخدام استراتيجية توليد الأفكار (سكامبر) في الفصول التعليمية العادية كما يمكن استخدامها خارج الفصول التعليمية وخاصة في ظل جائحة كورونا التي منعت الطلاب من الحضور إلي الفصول الدراسية بانتظام، وكان هذا داعي للبحث عن أساليب التعلم عن بعد والتي تتيح للمتعلمين فرصة التحاور والتناقش والتعلم من خلالها ومن هذه الأساليب المناقشة الالكترونية والتي يتم تناولها في التالي:

### المناقشة الالكترونية القائمة على استراتيجية توليد الأفكار (سكامبر):

تناولت العديد من الكتابات المناقشة الالكترونية فيعرفها الشرقاوي (٢٠١٣، ص٢٦) بأنها عبارة عن خطة وإجراءات منظمة تسعى لتحقيق مجموعة من الأهداف التعليمية المحددة في فترة زمنية معينة، يتبعها المعلم والطالب في العملية التعليمية، بحيث تشمل على مجموعة من الأنشطة والعمليات التي يتم من خلالها توصيل المحتوى العلمي للمتعلم بسهولة ويسر باستخدام الوسائط الإلكترونية. كما تعرف علي أنها حوار ونقاش بين الطلاب يظهر فيه الدور الإيجابي الواضح لهما لتحقيق أهداف التعلم، وذلك إما

بتوجيه وضبط من قبل المعلم، أو باعتماد المجموعة على ذاتها مما قد يسهم في تحسين التعلم ومستوى الانخراط في التعلم (فارس، ٢٠١٦، ص ٣٦٤).

كما يري السيد (٢٠١٨، ص ٦٠) أنها بيئة تعليمية نشطة، تتيح للطلاب النقاش والتفاعل مع زملائهم ومعلميهم وموادهم الدراسية إلكترونياً، ويتم من خلالها إبداء الرأي والحوار في موضوعات محددة، مما قد يسهم في تحسين التحصيل والتفكير الاستدلالي لديهم، وذلك إما بتوجيه وضبط من قبل المعلم لتوجيه الطلاب نحو تحقيق الهدف من المناقشة، أو باعتماد المجموعة على ذاتها لتحقيق التعلم المطلوب.

كما تعرفها الباحثة إجرائياً بأنها عبارة عن خطة وإجراءات منظمة تسعى لتحقيق مجموعة من الأهداف التعليمية المحددة في فترة زمنية محددة من خلال بيئة تعليمية نشطة تتيح للطالبات النقاش والتفاعل مع زميلاتهم ومعلميهم وموادهم التعليمية إلكترونياً، وذلك إما بتوجيه وضبط من قبل المعلم، أو باعتماد المجموعة على ذاتها مما يساعد علي نمو مهارات التسويق الابتكاري ومهارات التنظيم الذاتي لدي الطالبات.

#### أنواع المناقشة الإلكترونية: تناولت العديد من الكتابات أنواع المناقشة الإلكترونية مثل :

(نوبي، ٢٠١٣، ص ٩٦؛ ابو العلا ومراد، ٢٠١٧، ص ٤٧٣؛ السيد، ٢٠١٨، ص ٦٣؛ Eglin, 2018؛ wilton & Brett, 2020). وقسمتها إلي عدة تقسيمات منها: المناقشة الموجهة والمناقشة التشاركية، والمناقشات الإلكترونية المضبوطة، والمناقشات المتمركزة حول المجموعة، كما تقسم إلي المناقشة المنظمة والمناقشة الحرة، والمناقشة التزامنية، والمناقشة غير التزامنية. وقد استخدمت الباحثة في البحث نوع المناقشة الإلكترونية المضبوطة والمناقشة الإلكترونية المتمركزة حول المجموعة، وقد تم استخدامهما وفقاً للتالي.

**المناقشات الإلكترونية المضبوطة:** مناقشات تتم بشكل إلكتروني يديرها ويتحكم فيها ويسطر عليها المعلم، ويوجه فيها الطلاب نحو تحقيق الهدف من المناقشة، ويتطلب ذلك من المعلم تحديد أهداف النقاش، ووضع مجموعة من القواعد والتعليمات لكل نقاش يقوم به الطلاب، وتلخيص ما نتج عن النقاش من معلومات، وتقديم التغذية الراجعة الفورية للطلاب، ووفقاً لهذا النوع يطرح الموضوع من قبل المعلم، ويسيطر على اتجاه المناقشة، والذي ينتقل من الجزء إلى الكل، ويؤدي إلى الوصول إلى نتائج محددة، وينظم توقيتات المناقشة حول كل فكرة أو موضوع، وقد روعي ذلك عند تصميم المناقشة الإلكترونية المضبوطة وقد تم استخدام هذا النوع في البحث في بعض موضوعات التسويق الابتكاري التي تتسم بالصعوبة والتعقيد ليسهل توضيح ما هو غامض وصعب منها علي الطالبات وتنظيم عملية المناقشة مثل: متطلبات التسويق الابتكاري، ومهارات التسويق الابتكاري.

**المناقشات الإلكترونية المتمركزة حول المجموعة:** مناقشات تتم بشكل إلكتروني يديرها ويتحكم فيها ويسطر عليها الطلاب أنفسهم حيث تتم المناقشة بحرية تامة في أي اتجاه بدون تحكم المعلم، وتتميز بإتاحة الفرصة لتبادل أطراف الحوار والأفكار في جو من الألفة والمودة بين أعضاء المجموعة، ومن ثم فالطلاب يساعد بعضهم بعضاً لفهم الموضوع، والوصول إلى قاعدة مشتركة من المعلومات والأفكار، ويمكن إدارتها من قبل أحد طالبات المجموعة لتقوم بدور الميسر لعملية النقاش، وتشجع زميلاتهن على المشاركة وتستعرض أفضل الأفكار، وتقدم تلخيصاً في نهاية كل نقاش، ويقوم المعلم بدور المراقب، وقد يسجل ردود فعل طلابه لتكون مرجع عند تقييم أدائهم في مناقشة لاحقه (السيد، ٢٠١٨، ص ٦٣).

وقد تم أيضا استخدام هذا النوع من المناقشة الالكترونية حتي يتاح للطالبات الاعتماد علي انفسهن وتنظيم وترتيب الحوار وحرية التعبير وبالتالي يمكنهن من تنمية مهارات التنظيم الذاتي وقد تم تدريب الطالبات على كيفية قيادة المجموعة والإشراف على عملية المناقشة والتأكيد على ضرورة أن يتوفر في نهاية المناقشة تحقق للاهداف المحددة في البداية، والأخذ في الاعتبار أن بعض الطالبات قد تحتاج إلي مساعدات تعليمية تقدم لهن من قبل زميلاتهن، وأن يضع بعض المبادئ التوجيهية في بداية المناقشة، ويكون التوجيه نحو تحقيق نتائج معينة، وأن يتأكد من أن جميع المشاركين قد عبروا عن أفكارهم.

**مميزات المناقشات الإلكترونية:** يشير كل من (الشرقاوي، ٢٠١٣، ص٣١؛ النوبي ٢٠١٣، ص٩٦؛ Jimenez,2020) إلي مميزات المناقشة الالكترونية فيما يلي:

- تسعى إلى جعل المتعلمين مفكرين ناقدين، وتنمي مواهبهم.
- تسمح للمتعلمين بتبادل الخبرات خارج حجرة الدراسة.
- تشجع علي التفاعل والتعلم النشط، وتساعد على زيادة تفاعل الطلاب مع شبكة الإنترنت.
- يتم منح المشارك الوقت اللازم للتفكير في القضايا والمشكلات المعروضة للمناقشة .
- توفر وسيلة لتعزيز المهارات المعرفية لدى الطلاب ووسيلة لتقييم نتائج التعلم.
- يسمح لأفراد بالتعبير عن أفكارهم وتقبل أفكار الآخرين مع مزيد من الحرية وسهولة.
- تسهم في رفع روح التعاون، وحب العمل الجماعي عند الطلاب.
- يمكن المشاركة بالمناقشات في أي وقت وفي أي مكان تتوفر فيه عملية الاتصال.
- الدور الإيجابي لكل عضو من أعضاء المجموعة والتدريب على طرق التفكير السليمة.
- تحتوي على عملية إثارة للمعارف السابقة، وتقوم بتهيئة المعارف الجديدة لدى الطلاب.
- تمكن الجميع من قراءة ومتابعة عملية تفكير الآخرين وتجعل الأفكار لها تأثير على جميع المشاركين.

ولما تتمتع به المناقشات الالكترونية من مميزات قد تم الاستفادة منها في العديد من الدراسات في كافة المجالات التربوية مثل : (الفي، ٢٠١٦؛ الكندري، ٢٠١٧؛ حرب، ٢٠١٨؛

Fossum &Graven ,2011؛ Abul Magd, 2015؛ [Oh, 2018](#)؛

وهذه المزايا العديدة دفعت الباحثة إلي استخدامها في تنمية مفاهيم التسويق الابتكاري ومهارات التنظيم الذاتي لدي طلاب المدرسة الثانوية التجارية.

### **المحور الثاني: التسويق الابتكاري Innovation Marketing:**

التوصل إلى ضبط مفهوم التسويق الابتكاري ، يتطلب التطرق أولاً إلى مفهومي التسويق والابتكار، كونهما الأصل لهذا الفرع.

### **مفهوم التسويق Marketing:**

هو مجموعة من الأنشطة والجهود التي يقوم بها رجال التسويق من أجل إشباع حاجات ورغبات الأفراد والجماعات والمشروعات من السلع والخدمات من خلال عملية التبادل التي تحقق أهداف جميع الأطراف في إطار إداري واجتماعي وفي ظل التطورات الحادثة في المجتمع (احمد، ٢٠١٤، ص٢٣).

يعرفه كوتلر بأنه عملية تحديد الحاجات والرغبات والاهتمامات الخاصة بالاسواق المستهدفة وتسليم المستوي المرغوب من الاشباع بطريقة أكثر فعالية وكفاءة من المنافسين بحيث يؤدي ذلك إلي المحافظة

علي تقوية كل من شأنه رفاهية المجتمع (عباس و الكميم، ٢٠١٥، ص١٨). وتعرفه الجمعية الامريكية للتسويق علي أنه وظيفة تنظيمية تتكون من مجموعة أنشطة لإيجاد الاتصال والتفاعل والترويج وتسليم قيمه للزبون وإدارة العلاقة معه لتحقيق المنافع للمنظمة وأصحاب المصالح كافة (عبد الله، ٢٠١٦، ص١٠).

كما يعبر التسويق عن مجمل الجهود المبذولة بهدف تحليل وتلبية احتياجات الأسواق المستهدفة، من خلال تقديم منفعة في شكل منتج (سلعة، خدمة، فكرة، أماكن، أشخاص)، مع صياغة وتنفيذ باقي السياسات التسويقية المكملة للمزيج التسويقي من تسعير، توزيع، وترويج، مع الحرص على تحقيق أهداف، وغايات ورسالة المؤسسة في نفس الوقت (بن زايد، ٢٠١٦، ص٢٥٨).

### **مفهوم الابتكار Innovation :**

أصبح الابتكار جوهرياً من أجل البقاء في بيئة أعمال سريعة التغير، ولأن بقاء المنظمة هدف استراتيجي فإن جميع الابتكارات تعد إستراتيجية، فالمنظمة التي لا تمتلك القدرة على الابتكار في مجال عملها ستواجه بالتأكيد تحديات كبيرة وصعبة، وذلك لأن منافسيها يقومون بالابتكار والتحسين المستمر لمنتجاتهم وخدماتهم وعملياتهم فالابتكار ليس مجرد فكرة جديدة فقط إنما هو التطبيق العملي للأفكار الجديدة في السوق أو داخل المؤسسة، بحيث تكون المؤسسة هي السبابة إلى تلك الأفكار والتطبيقات مما يحقق لها قيمة عالية مقارنة مع المنافسين (Yohn, 2019).

### **التسويق الابتكاري Innovation Marketing:**

قد ظهر مفهوم التسويق الابتكاري نتيجة لأهمية وجود مفهومي التسويق والابتكار معا في نفس الوقت. وذلك لما لهما من دور مهم في ضمان إستمرارية المؤسسة وتفعيل نجاحها وتفوقها على المنافسين، وفي تلبية حاجات ورغبات المستهلك الذي لا يلبث أن يستقر على رغبة حتى تظهر له الحاجة إلى تلبية رغبات أخرى (Midgley, 2015, p12). ويعرف التسويق الابتكاري بأنه القدرة على تقديم أكبر عدد ممكن من المنتجات وبسرعة أكبر من المنافسين وبما يحقق زيادة في الحصة السوقية للمؤسسة (Hill&Jones, 2019, p244). كما يري عبد القادر وكشروود (٢٠١٧، ص٦٥٨) ان التسويق الابتكاري هو الاستغلال الناجح للأفكار الجديدة التي تعمل على تقديم منتج غير تقليدي ومختلف للسوق، ويشمل الابتكار في جميع عناصر المزيج التسويقي (المنتج، التسعير، التوزيع، الترويج) كما يضم اكتشاف الأسواق الجديدة؛ وهذا ما يجعل المؤسسة مختلفة عن المنافسين.

كما يشير التسويق الابتكاري إلي الكيفية التي يتم من خلالها وضع الأفكار الجديدة أو غير المألوفة موضع التطبيق الفعلي في الممارسات والسياسات التسويقية؛ أي أن التسويق الابتكاري هو عملية استغلال واستثمار للأفكار الجديدة في مجال التسويق وقد يكون نشاط التسويق الابتكاري في أحد أو كل عناصر المزيج التسويقي وقد ينصب علي عنصر المنتج أو السعر أو الترويج أو التوزيع (جرادات، ٢٠١٩، ص١٢٨). وباستعراض التعريفات نجد انها جميعها اتفقت علي أن التسويق الابتكاري هو الكيفية التي يتم من خلالها تطبيق الافكار الابتكارية في كافة عناصر المزيج التسويقي أو أحد عناصره بهدف زيادة واستمرار القوة التنافسية للمنظمة.

وترجع أهمية التسويق الابتكاري إلي مساهمته في رفع المستوى المعيشي، وزيادة الناتج القومي وبناء اقتصاد يقوم أساساً على التنمية المبنية على الابتكار، لهذا فهو يعتبر سمة من سمات الاقتصاد



الحديث وعامل مساعد على تسارع وتيرة التنمية الاقتصادية كما يزيد من سرعة الدورة الاقتصادية (Ungerman et al., 2018, p138).

ويتسم التسويق الابتكاري بعدد من الخصائص أهمها: أنه لا يقف عند توليد أو إيجاد الفكرة وإنما يتعدى ذلك إلى وضع هذه الفكرة موضع التطبيق العملي، ولا يقتصر التسويق الابتكاري على مجال تسويقي معين، وإنما يمتد لأي مجال أو ممارسة تسويقية ويجب أن يستغل التسويق الابتكاري الأفكار الجديدة بنجاح حتى يكون مفيداً للمنظمة (هولي، ٢٠١٨، ص ٦٦).

### مجالات التسويق الابتكاري :

مجالات الابتكار التسويقي تعد حجر الأساس لمفهوم التسويق الابتكاري، حيث يقصد بها الميادين والمحاور التي تركز عليها الابتكارات في المؤسسة الاقتصادية لخلق واكتساب مزايا تنافسية بحيث تعطي لها فرصة الارتقاء بالأداء الكلي عامة والأداء التسويقي خاصة، مما يجعلها متفردة ومتميزة وقادرة على مواجهة المنافسين. وفي ما يلي عرض لهذه المجالات: ( بركاني، ٢٠١٧، ص ٢٤ -

(Joueid & Coenders, 2018, Sullivan & Roach 2019, p4٣٢)

**١- الابتكار في مجال المنتجات:** يشمل الابتكار في السلع والخدمات، ويكون بالطرق التالية: طرح منتجات جديدة لأول مرة، وإضافة خطوط منتجات جديدة، و توسيع خطوط المنتجات الحالية، و تحسين المنتجات الحالية (Midgley, 2015, p163).

**٢- الابتكار في مجال التسعير:** وتتمثل أساليب الابتكار في مجال التسعير فيما يلي: المستهلك يضع سعر المنتج بنفسه، وتسعير الحزمة، والبيع بالتجزئة بسعر الجملة، والتسعير السيكولوجي (التسعير النفسي).

**٣- الابتكار في مجال الترويج:** تتمثل أساليبه في: الابتكار في مجال الإعلان، وفي مجال البيع الشخصي، وفي مجال تنشيط المبيعات، وفي مجال النشر، وفي مجال العلاقات العامة.

**٤- الابتكار في مجال التوزيع:** قد يكون الابتكار في طريقة جديدة وغير مألوفة في توزيع المنتجات، أو في تصميم أو شكل منفذ التوزيع نفسه وقد يكون الابتكار في التصميم الداخلي لمنفذ التوزيع، أو في الجو المحيط بعملية التوزيع والذي يؤثر على الزبائن بدرجة أو بأخرى.

### المحور الثالث: مهارات التنظيم الذاتي (Self- Regulation Skills) :

تناولت العديد من الكتابات تعريف مهارات التنظيم الذاتي ومنها: هي مجموعة الخطوات أو الأفعال أو السلوكيات التي يمارسها المتعلم شعوراً من أجل اكتساب المعلومات وتخزينها والاحتفاظ بها واسترجاعها عند الحاجة إليها أي يعني نقل مسؤولية التعليم المباشرة إلى المتعلم نفسه مما يشكل دافعاً قوياً لديه في بذل أقصى طاقاته للحصول على أفضل النتائج وبالتالي زيادة ثقته بنفسه مما يؤدي إلى زيادة القدرة الإنتاجية للعملية التعليمية وبالتالي ازدهار المجتمع (الغرابية، ٢٠١٠، ص ٩٦).

كما تعرف بأنها سلسلة من العمليات التي تنمي لدى الطلاب بعض المهارات، والتي تبقى الطلاب ناشطين في التعلم، بحيث يدعموا بأسلوب نظامي سلسلة عملياتهم المعرفية وسلوكياتهم، ليطول بقاء نشاطهم، وتتمثل هذه المهارات في (مهارة التخطيط، مهارة المراقبة الذاتية، مهارة التسميع، مهارة التنظيم والإسهاب، مهارة الترتيب البيئي، مهارة إدارة الوقت، مهارة تعلم الأقران، مهارة البحث عن المعلومة)، كما تتحدد من خلال درجة الطالب بمقياس التنظيم الذاتي للتعلم (أحمد، ٢٠١٣، ص ٤٨٠).

ويري البنا (٢٠١٣، ص١١٨) أنها قدرة التلميذ علي استخدام الاستراتيجيات المعرفية التي تتضمن مهارات ( التسميع – الإسهاب – التنظيم ) واستخدام استراتيجيات ما وراء المعرفة، والتي تتضمن مهارات التخطيط (مراقبة الذات- التقويم الذاتي ) وكذلك استخدام استراتيجيات إدارة المصدر والتي تتضمن مهارات ( تنظم بيئة التعلم وإدارة الوقت – تنظيم الجهد – البحث عن مساعدة – تعلم الأقران ) مما يؤدي إلي تطوير أداءه الأكاديمي.

ويشير بدر وآخرون(٢٠١٥، ص٦٠٠) إلي أن مهارات التنظيم الذاتي هي قدرة على مراقبة الفرد تعلمه (معرفة- ما وراء معرفة- أدائياً- وجدانياً- وإدارياً لبيئة التعلم) وتوجيه سلوكه وتكيفية في علاقته بالبيئة المحيطة بغرض تحقيق هدف التعلم بكفاءة، وتقاس بمستوى استجابات التلميذات خلال مقياس مهارات التنظيم الذاتي. كما تعرف مهارات التنظيم الذاتي بأنها سلسلة الاجراءات التي يتمكن من خلالها الطالب من استخدام وتوظيف المهارات التي تساعدهم على التخطيط، والتسميع، والفهم، والمراقبة الذاتية، وطلب المساعدة الاجتماعية، على أفضل النتائج وبالتالي زيادة ثقته بنفسه مما يؤدي إلى زيادة القدرة الإنتاجية للعملية التعليمية وبالتالي ازدهار المجتمع (العطوي، ٢٠٢٠، ص٦).

باستعراض التعريفات السابقة يتضح انها قد اختلفت فيما بينها في تحديد مهارات التنظيم الذاتي فاتفق كل من (الغرابية، ٢٠١٠؛ أحمد، ٢٠١٣؛ اسماعيل، ٢٠١٥؛ العطوي، ٢٠٢٠) علي أن مهارات التنظيم الذاتي هي التخطيط، والتسميع، والفهم، والمراقبة الذاتية، وطلب المساعدة الاجتماعية وإدارة الوقت، ومراقبة عمليات التعلم؛ بينما اتفق كل من (البنا، ٢٠١٣؛ بدر، ٢٠١٥؛ Greene, 2017, 23) علي أن مهارات التنظيم الذاتي تنقسم إلي مهارات معرفية ومهارات ما وراء معرفية، ومهارات تتعلق بالبيئة التنظيمية، كما قسمت إلي مهارات التنظيم الذاتي، وتقييم الذات ومراقبة الذات.

وتعرف الباحثة مهارات التنظيم الذاتي في هذا البحث بأنها: سلسلة الاجراءات التي يتمكن من خلالها الطالبة من استخدام وتوظيف المهارات التي تساعدهم علي التخطيط ووضع الأهداف، والتنظيم، والعمل الجماعي، والبحث عن المعلومات، وإدارة الوقت، مما يجعل الطالبة نشطة وإيجابية خلال العملية التعليمية وتحصل علي أفضل النتائج وبالتالي زيادة ثقته بنفسها مما يؤدي إلى زيادة القدرة الإنتاجية للعملية التعليمية، وتقاس بالدرجة التي تحصل عليها الطالبة في مقياس مهارات التنظيم الذاتي.

وقد استخدمت الباحثة المهارات الرئيسية التالية: التخطيط ووضع الأهداف، والتنظيم، والمساعدة الاجتماعية أو العمل الجماعي، والبحث عن المعلومات، وإدارة الوقت؛ حيث أنها تتناسب مع طبيعة البحث الحالي، ويتم تناول هذه المهارات بشيء من الفصيل وفقاً للتالي:

### ١. التخطيط ووضع الأهداف: Goal setting and planning

وهي تشير إلى تحديد الطالبة لأهدافها من المناقشة، وإعدادها خطة لتحقيقها، ويتمثل ذلك في التفكير في ما تحتاجه المناقشة قبل البدء فعلاً فيها أو وضع وتحديد أهدافاً محددة قبل البدء فيها بغرض الاستفادة منها في تنظيم العملية التي تقوم بها.

**٢. التنظيم: Organization**

وتتضمن محاولات الطالبة الظاهرة والضمنية لإعادة تنظيم وترتيب المعلومات المقدمة لكي يسهل فهمها بغرض تحسين عملية التعلم، ويتم ربط المعلومات الجديدة بالمعلومات السابق تعلمها؛ مما يساعد على تحقيق المناقشة لاهدافها.

**٣. العمل الجماعي: Cooperative learning**

المقصود بالعمل الجماعي مشاركة الطالبة في المناقشات الجماعية من أجل إكمال مهمة في المجموعة، ويمكن من خلال وضع أهداف مشتركة، والمشاركة في الحصول على المعلومات والمواد وتعيين الأدوار، وتحتاج الطالبات إلى القيام بعمل حقيقي معاً، يعملون من خلاله على زيادة نجاح بعضهن بعضاً.

**٤. البحث عن المعلومات: Information Searching**

البحث عن معلومات إضافية تفيد في تحقيق المزيد من الفهم للمادة المقررة أو العمل المطلوب.

**٥. إدارة الوقت: Time management**

تحاول الطالبة هنا جدولة الوقت وتقسيمه في صورة تتيح لها الاستخدام الأمثل له حتى لا تشعر بأن الوقت المتاح لها لا يكفي لكل الأعمال المطلوبة.

**أهمية مهارات التنظيم الذاتي والتسويق الابتكاري.**

تتمثل أهمية مهارات التنظيم الذاتي للمتعلمين والمعلمين ، فالمتعلمون الذين يمتلكون مهارات التنظيم الذاتي أكثر نشاطاً عقلياً أثناء عملية التعلم، إيجابيون في استقبال المعلومات، ويتمتعون بدرجة عالية من الضبط الذاتي وأكثر تحقيقاً لأهدافهم. وبالنسبة للمعلمين تحقق لهم النمو المعرفي والمهني، وتساعدهم على اختيار الاستراتيجيات التعليمية المناسبة (أحمد، ٢٠١٣، ص٤٨٢). والطلاب المنظمون ذاتياً لديهم العديد من القدرات والسلوكيات مثل تحديد الاهداف والتخطيط لها، ادارة الوقت والجهد، الوعي بمتطلبات انجاز المهام، تحليل المهام لانجازها بدقة، توليد الأفكار ذاتياً والتي تتناسب مع أهداف التعلم، ولديهم رغبة ملحة في التحسين المستمر، وممارسة استراتيجية التقويم الذاتي المستمر لأعمالهم وأفكارهم\_\_ (Nilson,2013,p2).

كما ترتبط مهارات التنظيم الذاتي ارتباطاً قوياً بمهارات التخطيط وتحديد الأهداف ومهارات إدارة الوقت، والتعلم الجماعي، والتنظيم، والبحث عن المعلومات، كما أن لها تأثيراً مباشراً في تشكيل شخصية الطالب الدراسية والعملية، وتحسين أدائه الأكاديمي، وكذلك الاستفادة منها في حياته اليومية وحياته العملية أثناء الدراسة وبعد الانتهاء منها، ودخوله إلى مجالات العمل.

وقد أكدت العديد من الدراسات علي أهمية مهارات التنظيم الذاتي وضرورة تنميتها لدي الطلاب منها:(لاشين،٢٠٠٩؛ البنا،٢٠١٣؛ رشوان،٢٠١٥؛ عزام،٢٠١٨؛ طلبه،٢٠١٩؛ Lea، 2018؛

( Gorgoz & Tican, 2020؛Liman & Tepeli, 2019 )

لذلك اهتم البحث بالعمل علي تنمية هذه المهارات من خلال استخدام المناقشة الالكترونية القائمة علي استراتيجية توليد الافكار (سكامبر).

إجراءات البحث

**أولاً: إعداد قائمة مفاهيم التسويق الابتكاري من خلال:**

- ١- دراسة ومراجعة بعض كتب التسويق علي المستوى المحلي والعالمي.
- ٢- دراسة ومراجعة الدراسات والأبحاث والادبيات العربية والاجنبية الخاصة بالتسويق الابتكاري. وتم تحديد أهم هذه المفاهيم ومنها : (التسويق الابتكاري ، عناصر الابتكار ، عناصر التسويق الابتكاري، متطلبات التسويق الابتكاري، مقومات نجاح التسويق الابتكاري، ومهارات التسويق الابتكاري).
- ٣- إجراء المقابلات مع أعضاء هيئة التدريس بكلية التجارة، والمعلمين بالمدارس التجارية للوقوف علي أهم مفاهيم التسويق الابتكاري التي يجب تنميتها لدي الطلاب.
- ٤- وتم وضع قائمة مبدئية شملت (٢١) مفهوم رئيسي و(٤٦) مفهوم فرعي.
- ٥- عرض القائمة المبدئية على مجموعة من السادة المحكمين من أعضاء هيئة التدريس بالجامعات وبعض المتخصصين وبعض موجهي التسويق وبعض المعلمين، واقترح السادة المحكمون حذف بعض المفاهيم مثل: (رد المؤسسة لجزء من الثمن، الوعد الابتكاري، ودعم الادعاء) حيث أنها لا تتناسب مع طبيعة البحث والواقع الفعلي. ملحق (١)
- ٦- لتحديد نسبة أهمية المفاهيم تم تطبيق قائمة المفاهيم (٤٥) من مديري التسويق ببعض شركات الدعايا والاعلان والموجهين المتخصصين لمادة التسويق، والمعلمين القائمين بتدريس المادة وبعض أعضاء التدريس من كلية التربية وكلية التجارة، وتم حساب نسبة الأهمية وبتحديد نقطة القطع عند نسبة (٨٠٪)، تبين أهمية جميع المفاهيم التي تتضمنها القائمة حيث إن جميعها كانت نسبة أهميتها أكبر من نقطة القطع. وإلى جانب حساب نسبة الأهمية كزيادة في التدعيم للأهمية تم استخدام اختبار كا<sup>٢</sup>، وبالبحث في جدول كا<sup>٢</sup> عند درجة حرية (٢) ومستوى ٠,٠١ وجد أنها (٩,٢) وحيث أن كا<sup>٢</sup> المحسوبة أكبر من الجدولية لكل المفاهيم وهذا يدل على أن كا<sup>٢</sup> ذات دلالة إحصائية، وهذا يدل علي أهمية جميع المفاهيم التي تتضمنها القائمة. ملحق (٢)
- ٧- وضع القائمة في صورتها النهائية بعد التعديل في ضوء آراء السادة المحكمين التي تتناسب مع طبيعة البحث والواقع الفعلي، وشملت قائمة المفاهيم (٢١) مفهوم رئيسي و(٤٣) مفهوم فرعي. ملحق (٣) وبذلك يكون تمت الإجابة عن السؤال الأول للبحث وهو: ما مفاهيم التسويق الابتكاري التي يجب تنميتها لدي طلاب المدرسة الثانوية التجارية؟

**ثانياً: تصميم المناقشة الالكترونية القائمة على استراتيجية توليد الأفكار (سكامبر):**

تم الاطلاع على العديد من التصميمات التعليمية الخاصة بالمناقشة الالكترونية والتي تم استخدامها في العديد من الابحاث والدراسات منها : (نوبي ٢٠١٣؛ ابو العلا و مراد ، ٢٠١٧؛ السيد، ٢٠١٨) وثبتت فاعليتها وقد استفادت الباحثة من هذه الدراسات بعد فحصها، وتحليلها لتحديد خطوات تصميم المناقشة الالكترونية في خمس مراحل يتم عرضها فيما يلي:

١- **مرحلة التحليل:** وقد اشتملت هذه المرحلة علي الخطوات التالية:

**١/١ تحليل وتحديد المشكلة:**

تحددت المشكلة في وجود قصور في إمام طلاب المدرسة الثانوية التجارية بمفاهيم التسويق الابتكاري ومهارات التنظيم الذاتي، والتي تساعد في التمكن من العمل التسويقي الذي يمثل الآن

عنصراً مهماً في الحياة الاقتصادية علي المستوي الشخصي وعلي مستوي المجتمع ويرجع ذلك إلي عدم إحتواء المناهج الحالية علي مفاهيم التسويق الابتكاري، وكذلك لدراساتهم مادة التسويق بطريقة لا تراعي الفروق الفردية واختلاف انماط التعلم بين الطلاب وكذلك عدم اتباع الاساليب التكنولوجية الحديثة التي تمثل عنصر حفز واثارة وتشويق للطلاب.

### ٢/١ تحليل الأهداف العامة:

تحدد الهدف العام في البحث الحالي في تنمية مفاهيم التسويق الابتكاري ومهارات التنظيم الذاتي لدي طلاب المدرسة الثانوية التجارية من خلال استخدام المناقشة الالكترونية القائمة علي استراتيجية توليد الافكار (سكامبر)، كما تم تحديد الاهداف العامة للتسويق الابتكاري في: اكتساب مفاهيم التسويق الابتكاري، وتحديد متطلبات التسويق الابتكاري، واستيعاب مراحل التسويق الابتكاري، واتقان مهارات التسويق الابتكاري.

### ٣/١ تحليل خصائص المتعلمين:

تم تحديد العينة المستهدفة للبحث، وقد روعي خصائص الطالبات من خلال ما يلي: جميع الطالبات في الصف الثاني الثانوي التجاري، ممن يدرسون مقرر التسويق، وقد تمت مقابلة بعض من هؤلاء الطالبات، لمناقشتهم في بعض الموضوعات التي لها علاقة بالبحث الحالي، وقد أشارت نتائج هذه المقابلات إلى أن الطالبات يمتلكن حساب على شبكة التواصل الاجتماعي فيس بوك خاص بهم، ويملكون موبايلات ذكية، وأجهزة كمبيوتر خاصة بهم، وحساب علي الواتس.

### ٤/١ تحليل وتحديد خصائص المناقشة الالكترونية:

تم استخدام نمطي المناقشات الإلكترونية (المناقشات المضبوطة/ المناقشات المتمركزة حول المجموعة) وقد تم استخدام النوع الأول (المناقشات المضبوطة) في البحث في بعض موضوعات التسويق الابتكاري التي تتسم بالصعوبة والتعقيد ليسهل توضيح ما هو غامض وصعب منها علي الطالبات وتنظيم عملية المناقشة مثل: متطلبات التسويق الابتكاري، ومهارات التسويق الابتكاري، كما تم استخدام النوع الثاني (المناقشات المتمركزة حول المجموعة) حتي يتاح للطالبات الاعتماد علي انفسهم وتنظيم وترتيب الحوار وحرية التعبير وبالتالي يمكنهم من تنمية مهارات التنظيم الذاتي، ويمكن توضيح خطوات كل نمط في الشكل التالي:

المناقشة المتمركزة حول المجموعةالمناقشة المضبوطة

شكل (٢) مراحل نمطي المناقشة الالكترونية

٢- مرحلة التصميم: وقد اشتملت على الخطوات التالية :

١/٢ تحديد الأهداف السلوكية :

يجب صياغة الأهداف صياغة ملائمة تساعد على توجيه وضبط عملية التعلم، واختيار المحتوى، وأدوات القياس المناسبة، وينبغي أن تكون في صورة عبارات سلوكية تحدد بدقة التغير المطلوب إحداثه في سلوك المتعلم، بحيث تكون قابلة للملاحظة والقياس، وقد روعي ذلك عند تحديد الأهداف السلوكية لموضوعات التسويق الابتكاري.

## ٢/٢ تحديد المحتوى التعليمي :

تم تحديد المحتوى بحيث يرتبط بالأهداف السابق تحديدها، وقد روعي أن يكون المحتوى مناسباً للمتعلمين وصحيحاً من الناحية العلمية، وقابلاً للتطبيق وكافياً لإعطاء فكرة دقيقة وواضحة عن المادة العلمية، وقد روعي ذلك عند إعداد المحتوى ، وقد تم إعداد المحتوى التعليمي للتسويق الابتكاري، وقد تم تقسيم المحتوى إلى أربعة موضوعات تمثلت في. (مفاهيم التسويق الابتكاري، متطلبات التسويق الابتكاري، مراحل التسويق الابتكاري، مهارات التسويق الابتكاري). وللتأكد من صدق المحتوى والمناقشات المرتبطة به، تم عرضه على مجموعة من المتخصصين في مجال المناهج وطرق تدريس المواد التجارية، وتكنولوجيا التعليم. (ملحق ١) حيث عرض عليهم الدروس الأربعة مع أهداف كل درس والمناقشات المرتبطة بها، وذلك بهدف استطلاع رأيهم في مدى ارتباط المحتوى التعليمي بالأهداف، ومدى كفاية المحتوى لتحقيق الأهداف والصحة العلمية للمحتوى، ووضوحه وملائمة لخصائص المتعلمين، ومدى ملائمة ترتيب أجزاءه، ومدى ملائمة المناقشات لموضوعات المحتوى وتحقيق أهدافه، وقد أشار المحكمون ببعض التعديلات في صياغة وإعادة ترتيب بعض المحاور داخل الدروس، وقد تم إجراء هذه التعديلات، وتم تحديد موضوعات المناقشات العلمية المرتبطة بالمحتوى في (٤) مناقشات تستمر كل منها أسبوع لكل موضوع من موضوعات التسويق الابتكاري ، وقد تم توضيح ذلك في دليل الطالب. ملحق(٤)

## ٣/٢ تحديد استراتيجية التعلم :

قد تم تحديد استراتيجية التعلم في البحث الحالي وهي استراتيجية توليد الأفكار (سكامبر) حيث تتناسب هذه الاستراتيجية مع أهداف البحث التي يسعى تحقيقها، وقد تم استخدام بنود الاستراتيجية السبعة وهي الاستبدال، الجمع ، التكيف، التعديل أو التطوير، الاستخدامات الأخرى، وإعادة الترتيب. هذا مع المجموعة التجريبية الأولى ؛ بينما تم الاعتماد علي المناقشة العادية دون ربطها بخطوات استراتيجية توليد الأفكار (سكامبر) في المجموعة التجريبية الثانية، وقد تم تدريب الطالبات في كل من المجموعتين علي إجراءات المناقشة وخطوات تنفيذها في اللقاء الاسبوعي بالمدرسة خلال الحصص الاسبوعية المباشرة. وتم التأكيد علي عدم خروج الطالبات عن موضوعات المناقشة، وتشجيع الطالبات والعمل على زيادة دافعيتهم للاستمرار بفاعلية في المناقشة.

## ٤/٢ تصميم أنماط الإدارة في المناقشات الإلكترونية :

اقتصرت البحث الحالي على نمطين لإدارة المناقشات الإلكترونية (المناقشات المضبوطة/ والمتمركزة حول المجموعة). وقد تم شرحهما بالتفصيل في خطوة تحليل خصائص المناقشة الإلكترونية.

## ٥/٢ تصميم بيئة المناقشة الإلكترونية:

في هذه المرحلة تمت عملية تخطيط المناقشات وتقسيمها إلى أربعة مناقشات وتتكون بداية كل مناقشة من مقدمة تتضمن أسئلة مثيرة ومحفزة للنقاش، ومن خلال هذه الخطوة تم أيضاً استخدام استراتيجية توليد الأفكار (سكامبر) في تنفيذ المناقشات، وتم تحديد موضوعات المناقشات العلمية المرتبطة بالمحتوى في (٤) مناقشات تستمر كل منها أسبوع، وقد تم استخدام بنود الاستراتيجية من خلال المناقشة الإلكترونية وفقاً للتالي:

## جدول ( ٤ ) مثال المناقشات موزعة على بنود إستراتيجية ( سكامبر )

| بنود إستراتيجية (سكامبر)                                  | المناقشات  |
|---|--|
| ١- الاستبدال.<br>٢- الجمع.<br>٣- التكيف.                  | <b>المناقشة الاولى: مجالات التسويق الابتكاري:</b> ماذا يحدث لو تم استبدال البنزين في السيارة بالماء أو الثلج؟ - هل يمكننا تغيير مجالات التسويق الابتكاري واستبدالها بمجالات أخرى؟ هل يمكن الجمع بين الابتكار في مجال السعر والابتكار في مجال المنتج؟ ما الذي يمكن تجميعه في الهاتف الذكي لينتج بمواصفات أعلى وبسعر أقل؟ ما الأشياء الممكن تعديلها في البيع الشخصي والاعلان لتحقيق التسويق الابتكاري والحصول علي معلومات عن الزبائن المرتقين؟ |
| ١- التكيف.<br>٢- التعديل.                                 | <b>المناقشة الثانية: متطلبات التسويق الابتكاري:</b> ما الأمور التي يمكن تغييرها في الإدارة العليا؟ ما التغييرات التي يمكن اجرائها علي المروحة لكي تستخدم في التدفئة؟ وما المترتب علي ذلك؟ كيف يمكن استخدام الحفز السلبي في تحقيق متطلب تحفيز الافراد علي الابتكار التسويقي؟ هل يمكن تغيير بنود تقييم الابتكارات التسويقية؟ وما الامور المترتبة علي ذلك؟ كيف يمكن تحويل الهاتف الذكي إلي جهاز عرض فوق رأسي (الداتا شو)؟                       |
| ١- الجمع.<br>٢- الاسـتخدامات الاخرى.<br>٣- إعادة الترتيب. | <b>المناقشة الثالثة: مراحل التسويق الابتكاري:</b> كيف يمكن الجمع بين مراحل التسويق الابتكاري وما النتائج المترتبة علي ذلك؟ هل يمكن استخدام المشروبات الغازية في استخدامات أخرى مثل عمليات التنظيف المنزلية وفي عمليات صباغة الشعر؟ ماهي المصادر غير المتوقعة التي يمكن استخدامها في الوصول إلي الأفكار الابتكارية في التسويق؟ هل يمكن تنفيذ مراحل التسويق الابتكاري عكسياً؟  |
| ١- الاستبدال.<br>٢- الالغاء أو الحذف.                     | <b>المناقشة الرابعة: مهارات التسويق الابتكاري:</b> ما هي المهارات التي يمكن إضافتها إلي مهارات التسويق الابتكاري؟ ماهي المهارات التي يمكن استبعادها من مهارات التسويق الابتكاري؟ وما هي الآثار المترتبة علي ذلك؟ ما الذي يمكن الاستغناء عنه في اللاب التوب جهاز قراءة الأسطونات أم إلغاء الاسلاك من الماوس أو لوحة المفاتيح؟   |

وتتضمن بيئة المناقشات الالكترونية جميع أنواع التفاعلات مع المعلم والزميلات والمحتوى، حيث يكون التفاعل الأساسي للطالبة تفاعلا مع الزميلات من خلال المناقشة الالكترونية، وتفاعلا مع المحتوى، حيث أن المناقشات تنبع من قضايا مرتبطة بموضوعات التسويق الابتكاري يطرحها المعلم للمناقشة، كذلك هناك تفاعلا مع المعلم يظهر في توجيهات المعلم وتعزيزه للطالبات وتتم هذه التفاعلات من خلال الإمكانيات المتعددة التي تتيحها شبكة التواصل الاجتماعي فيس بوك، والواتس اب، وقد روعيت هذه الأمور في المناقشة لكل من المجموعتين التجريبيتين.

**٣- مرحلة الإنتاج والتطوير:**

في هذه المرحلة تم إعداد العناصر التي تم تحديدها من خلال الخطوات السابقة، وهي مرحلة يتم فيها إنتاج بيئة التعلم تمهيدا لاستخدامها من قبل عينة البحث، وذلك بتجهيز البرامج التي سيتم بها كتابة النصوص وتحريرها، كذلك معالجة الصور المحملة من الانترنت؛ حيث تم استخدام برنامج **Microsoft Word** في كتابة النصوص، وتم تحميل بعض الصور للاعلانات من الانترنت لتدعيم الدروس، وتم إجراء بعض التعديلات عليها، وتم تصميم بعض الرسومات والأشكال، ثم تم تحميل الدروس على حساب الباحثة بالسحابة الالكترونية جوجل درايف **Google drive** واتاحة الرابط الخاص بها للطالبات، وتم تكوين اربع مجموعات يحمل كل منهما اسم التسويق الابتكاري ١، ٢، أثنتين في الفيس بوك وأثنتين بنفس الاسم في الواتس اب؛ حيث يتيح هذا النوع من المجموعات لأعضاء المجموعة فقط الوصول إليها والاطلاع على المشاركات.



**٤- مرحلة التقويم:**

في هذه المرحلة تم تقويم المناقشات بعدة طرق قبل إجراء عملية التطبيق وبعدها، وهي على النحو الآتي:

- تم عرض موضوعات المناقشة على مجموعة من المحكمين في المناهج وطرق التدريس تخصص العلوم التجارية، وكذلك تخصص تكنولوجيا التعليم. (ملحق ١) وقد أسفرت عملية التحكيم عن بعض الملاحظات، منها: التعديل في صياغة بعض الأسئلة، وتعديل بعض المناقشات لكي تساعد في بناء المعرفة وتحفيز المشاركة في الحوار، وتم إجراء التعديلات اللازمة ثم إعداد الدروس في صورتها وتجهيزها من خلال دليل المعلم. ملحق (٥)

- مرحلة التقويم النهائي: سيتم تناول الخطوات الخاصة بهذه المرحلة بشكل تفصيلي في الجزء الخاص ببناء أدوات القياس ( الاختبار التحصيلي، واختبار مهارات التنظيم الذاتي) وإجراء تجربة البحث الأساسية.

**٥- مرحلة التسليم والدعم:**

تم رفع الدروس على حساب جوجل درايف الخاص بالباحثة وإتاحة مشاركة التصفح فقط ( العرض) للطالبات عينة البحث. وبذلك تكون تمت الإجابة علي السؤال الثاني للبحث وهو ما التصور المقترح للمناقشة الالكترونية القائمة على إستراتيجية توليد الأفكار (سكامبر) الملائمة لتنمية مهارات التسويق الابتكاري، ومهارات التنظيم الذاتي لدي طلاب المدرسة الثانوية التجارية؟

**ثالثاً إعداد أدوات القياس:****أ- إعداد الاختبار المعرفي:**

-**الهدف من الاختبار:**- هدف الاختبار إلى قياس مدى نمو مفاهيم التسويق الابتكاري نتيجة استخدام المناقشة الالكترونية القائمة علي استراتيجية توليد الأفكار ( سكامبر).

- **تحديد مستويات التعلم المتضمنة في الاختبار:** يقيس الاختبار مستويات التذكر والفهم والتطبيق والمستويات العليا.

- **إعداد جدول المواصفات:**- تم إعداد جدول المواصفات الذي يربط بين المحتوى والأهداف ومفردات الاختبار وقد تم تحديد الأهمية النسبية لكل موضوع من الموضوعات حسب عدد مفاهيم التسويق الابتكاري الموجودة بكل موضوع من موضوعات الوحدة، وتم تحديد الوزن النسبي للأهداف وفقاً لعدد الأهداف في كل مستوي من مستويات الأهداف المحددة، كما هو موضح في الجدول التالي.

## جدول ( ٥ ) جدول المواصفات للاختبار المعرفي للتسويق الابتكاري

| المجموع الكلي لمفردات الاختبار | الوزن النسبي للمحتوي | عدد مفردات الاختبار وفقا لمستويات الأهداف التعليمية |         |       |        | المحتوي العلمي                          |
|--------------------------------|----------------------|---|---------|-------|--------|---|
|                                |                      | المستويات العليا                                    | التطبيق | الفهم | التذكر |   |
| ١٥                             | ٪٣٠                  | ٣   | ٣       | ٥     | ٤      | الدرس الأول: مفاهيم التسويق الابتكاري   |
| ١٣                             | ٪٢٥                  | ٢   | ٣       | ٤     | ٤      | الدرس الثاني: متطلبات التسويق الابتكاري |
| ١٣                             | ٪٢٥                  | ٢   | ٣       | ٤     | ٤      | الدرس الثالث : مراحل التسويق الابتكاري. |
| ٩                              | ٪٢٠                  | ١   | ٢       | ٣     | ٣      | الدرس الرابع: مهارات التسويق الابتكاري. |
|                                | ٪١٠٠                 | ٪١٧   | ٪٢٢     | ٪٣٥   | ٪٢٦    | <u>الوزن النسبي للأهداف.</u>            |
| ٥٠                             |                      | ٨   | ١١      | ١٦    | ١٥     | المجموع الكلي لمفردات الاختبار          |

## - بناء مفردات الاختبار:

روعي عند صياغة مفردات الاختبار الأوزان النسبية المحددة في جدول المواصفات، وكذلك مستويات التعلم المحددة، وشمل الاختبار ( ٥٠ ) مفردة وضم ثلاثة أنواع من أسئلة الاختبارات الموضوعية، وهي أسئلة الإكمال، وأسئلة الصواب والخطأ، وأسئلة الاختيار من متعدد وقد روعيت الشروط الخاصة بكل نوع من هذه الأنواع عند صياغة مفردات الاختبار

- **تعليمات الاختبار:** تم إعداد تعليمات الاختبار واتسمت بالسهولة في الألفاظ والدقة والوضوح، وتوضح الهدف منه، ونوعيات أسئلته وكيفية الإجابة عليها.

- **طريقة تصحيح الاختبار:** تم تقدير درجات مفردات الإجابة عن أسئلة الاختبار درجة واحدة لكل سؤال.

- **صدق الاختبار:** يقصد بصدق الاختبار أن يقيس الاختبار ما وضع من أجله، ولتحقيق الصدق تم عرض الاختبار علي السادة المحكمين للتعرف على رأيهم في الاختبار من حيث: مدي وضوح ودقة تعليمات الاختبار، ومدي مناسبة مفردات الاختبار لمستويات التعلم المتضمنة في الاختبار، ومدي مناسبة المفردات للطلاب، ومدي شمول الاختبار للمحتوي، وقد أوصى المحكمون بتعديل صياغة بعض المفردات، وتم إجراء التعديلات المطلوبة في ضوء توجيهاتهم.

- **حساب ثبات الاختبار:** بعد التأكد من صدق الاختبار كان لا بد أن يقاس ثباته، وثبات الاختبار يقصد به أن يعطي الاختبار نفس الدرجات إذا أعيد تطبيقه مرة أخرى على نفس المجموعة، وقد تم تطبيق الاختبار علي عينة استطلاعية عددها (٣٠) طالبة من طالبات الصف الثاني الثانوي التجاري غير عينة البحث في ٢٠٢٠/١٠/١٩ وإعادة تطبيقه بعد أسبوعين في ٢٠٢٠/١١/٢، وبتطبيق معادلة الارتباط (لبيرسون) لحساب ثبات الاختبار عن طريق إعادة الاختبار - Test - Re Test, وبإجراء العمليات الإحصائية، وكانت النتائج كما في الجدول التالي:

جدول ( ٦ ) حساب الثبات للاختبار المعرفي

| معامل الثبات | مج (س ص) | مج (ص <sup>٢</sup> ) | مج (س <sup>٢</sup> ) | مج الدرجات في التطبيق الثاني (ص) | مج الدرجات في التطبيق الأول (س) |
|--------------|----------|----------------------|----------------------|----------------------------------|---------------------------------|
| ٠,٨٩         | ١٣٩٠     | ١٣٢٥                 | ١٤٩٢                 | ٢١٧                              | ٢٣٢                             |

يتضح مما سبق ان الاختبار يتمتع بدرجة ثبات مقبولة ويمكن استخدامه في البحث الحالي.

- **تحديد زمن الاختبار:** تم حساب زمن الاختبار من خلال التجربة الاستطلاعية عن طريق تسجيل الزمن الذي استغرقته كل طالبة في الامتحان وتحديد الزمن عن طريق متوسط مجموع الأزمنة المستغرقة من جميع الطالبات.

$$\text{زمن الاختبار المعرفي} = \frac{\text{مج الزمن المستغرق لجميع الطلاب}}{\text{عدد الطلاب}} = \frac{١٤٥٠}{٣٠} = ٤٨,٣٣$$

٣٠

عدد الطلاب

$$= ٥٠ + ١٠ \text{ دقائق لقراءة التعليمات} = ٦٠ \text{ دقيقة}$$

- **معامل الصعوبة:** تم حساب معامل الصعوبة لكل مفردة من مفردات الاختبار، وجاءت جميع أسئلة الاختبار مناسبة من حيث درجة صعوبتها، حيث تراوحت ما بين (٠,٤٦)، و (٠,٥٤)، وهي نسبة مقبولة.

- **معامل التمييز لمفردات الاختبار:** تم حساب معامل التمييز لكل مفردة من مفردات الاختبار، وجاءت جميع أسئلة الاختبار مناسبة من حيث درجة تمييزها، والتي تراوحت ما بين (٠,٢٥)، و (٠,٨١)، فيما بلغ معامل التمييز للاختبار ككل (٠,٥٣)؛ ومن ثم تشير تلك النتائج إلي صلاحية الاختبار للاستخدام.

- **الصورة النهائية للاختبار:** في ضوء النتائج السابقة تم وضع الاختبار في صورته النهائية، مكوناً من (٥٠) مفردة، بواقع عدد (٢٠) مفردة إكمال، وعدد (٢٠) مفردة صواب وخطأ، وعدد (١٠) مفردة اختيار من متعدد، ودرجته الكلية (٥٠) درجة. (ملحق ٦)

### ب إعداد مقياس مهارات التنظيم الذاتي

بالرجوع إلي العديد من الدراسات والكتابات التي تناولت إعداد مقياس مهارات التنظيم الذاتي والاستفادة منها: (الاشين، ٢٠٠٩؛ البنا، ٢٠١٣؛ بدر وآخرون، ٢٠١٥؛ ربيع ومحمد، ٢٠١٨؛ طلبة، ٢٠١٩). قد تم بناء المقياس وفقاً للخطوات التالية:

**ب/١ الهدف من المقياس:** هدف المقياس إلي قياس مدي نمو مهارات التنظيم الذاتي التي تساعد الطالبة علي التخطيط ووضع الأهداف، والتنظيم، والعمل الجماعي، والبحث عن المعلومات، وإدارة الوقت، ويقاس بالدرجة التي تحصل عليها الطالبة في مقياس مهارات التنظيم الذاتي.

**ب/٢ صياغة المقياس والتعليمات:** تم صياغة المقياس في صورة عبارات تقريرية تصف سلوك الطالبات حول مهارات التنظيم الذاتي، وذلك لإعداد الصورة المبدئية للمقياس، وكان المقياس مكون من (٣٥) عبارة موزعة علي أبعاد المقياس الخمسة، وبعد ذلك تم وضع تعليمات المقياس. ويتم توضيح المفردات التي تقيس كل بعد من خلال الجدول التالي:

**جدول (٧) مفردات مقياس مهارات التنظيم الذاتي والبعد الذي تقيسه**

| م | البعد                | أرقام المفردات في المقياس |
|---|----------------------|---------------------------|
| ١ | التخطيط ووضع الأهداف | ٣٥-٢٨-٢٦-٢٢-٨-٦-٤         |
| ٢ | التنظيم              | ٣١-٣٠-٢١-١٨-١٥-١١-٧       |
| ٣ | العمل الجماعي        | ٣٤-٢٥-٢٠-١٣-٩-٢-١         |
| ٤ | البحث عن المعلومات   | ٣٢-٢٩-٢٤-٢٣-١٧-١٠-٣       |
| ٥ | إدارة الوقت          | ٣٣-٢٧-١٩-١٦-١٤-١٢-٥       |

**ب/٣ تصحيح المقياس:** تم استخدام سلم إجابة مكون من ثلاث فئات هي : تنطبق علي ، و تنطبق علي أحياناً، ولا تنطبق علي، حيث كانت الدرجة الكلية للمقياس في حالة أن جميع العبارات "تنطبق" على الطالبة تساوي (١٠٥) درجة، وكانت الدرجة في حالة أن العبارات جميعها "تنطبق أحياناً" على الطالبة تساوي (٧٠) درجة، أما في حالة أن العبارات جميعها "لا تنطبق" على الطالبة فتكون الدرجة (٣٥) درجة.

#### **ب/٤ صدق المقياس:**

**ب/٤/١ الصدق الظاهري:** تم تقدير صدق الظاهري من خلال عرض المقياس في صورته الأولية على مجموعة من السادة المحكمين لإبداء الرأي في سلامة صياغة عبارات المقياس، وصلاحيته لقياس مهارات التنظيم الذاتي وملائمتها لمستوى طالبات عينة البحث، ومدى وضوح تعليمات المقياس وتم تعديل المقياس في ضوء آراء السادة المحكمين، حيث تم حذف العبارات غير الواضحة من حيث الصياغة أو المكررة، وتم إجراء التعديلات المطلوبة في ضوء توجيهاتهم، وبعد حذف بعض المفردات أصبح عدد مفردات المقياس (٣٠) مفردة.

**ب/٤/٢ الصدق الداخلي:** تم حساب صدق الاتساق الداخلي من خلال حساب معامل الارتباط بين درجة المفردة ودرجة البعد الذي تنتمي إليه، كذلك حساب معامل الارتباط بين درجة كل بعد ودرجة المقياس ككل، كما يتضح من الجدول التالي :

جدول (٨) معاملات الارتباط بين درجة المفردة ودرجة البعد ، ودرجة البعد ودرجة المقياس.

| البيد                | رقم المفردة | معامل ارتباط المفردة بالبيد | معامل ارتباط البعد بالمقياس | البيد              | رقم المفردة | معامل ارتباط المفردة بالبيد | معامل ارتباط البعد بالمقياس |
|----------------------|-------------|-----------------------------|-----------------------------|--------------------|-------------|-----------------------------|-----------------------------|
| وضع الأهداف والتخطيط | ٤           | ٠,٤٨                        | ٠,٧٣                        | البحث عن المعلومات | ٣           | ٠,٤٥                        | ٠,٥٩                        |
|                      | ٦           | ٠,٧٥                        |                             |                    | ١٠          | ٠,٥٧                        |                             |
|                      | ٨           | ٠,٥٦                        |                             |                    | ١٧          | ٠,٤٤                        |                             |
|                      | ٢٢          | ٠,٦٥                        |                             |                    | ٢٤          | ٠,٦٩                        |                             |
|                      | ٢٦          | ٠,٧١                        |                             |                    | ٢٣          | ٠,٥٤                        |                             |
|                      | ٢٨          | ٠,٤٩                        |                             |                    | ٢٩          | ٠,٦٢                        |                             |
| التنظيم              | ٧           | ٠,٦٤                        | ٠,٥٧                        | إدارة الوقت        | ٥           | ٠,٦٦                        | ٠,٧٦                        |
|                      | ١١          | ٠,٦٩                        |                             |                    | ١٢          | ٠,٥٨                        |                             |
|                      | ١٥          | ٠,٤٥                        |                             |                    | ١٤          | ٠,٧٢                        |                             |
|                      | ١٨          | ٠,٨١                        |                             |                    | ١٦          | ٠,٥٦                        |                             |
|                      | ٢١          | ٠,٤٧                        |                             |                    | ١٩          | ٠,٥٤                        |                             |
|                      | ٣٠          | ٠,٧٣                        |                             |                    | ٢٧          | ٠,٤٤                        |                             |
| العمل الجماعي        | ١           | ٠,٥٤                        | ٠,٦٥                        |                    |             |                             | ٠,٦٥                        |
|                      | ٢           | ٠,٥٩                        |                             |                    |             |                             |                             |
|                      | ٩           | ٠,٧٨                        |                             |                    |             |                             |                             |
|                      | ١٣          | ٠,٦٨                        |                             |                    |             |                             |                             |
|                      | ٢٠          | ٠,٥٥                        |                             |                    |             |                             |                             |
|                      | ٢٥          | ٠,٧٢                        |                             |                    |             |                             |                             |

يتضح من الجدول السابق أن معاملات الارتباط بين درجة كل مفردة من مفردات المقياس ودرجة البعد الذي تنتمي إليه تتسم بارتباط موجب تختلف قوته من عبارة لأخرى، حيث يتراوح (من ٠,٤٤ إلى ٠,٨١) لكل أبعاد المقياس، وبالنسبة لمفردات التخطيط ووضع الأهداف يتراوح (من ٠,٤٨ إلى ٠,٧٥) بالنسبة لمفردات التنظيم يتراوح (من ٠,٤٥ إلى ٠,٨١) بالنسبة لمفردات العمل الجماعي يتراوح (من ٠,٥٤ إلى ٠,٧٨) بالنسبة لمفردات البحث عن المعلومات يتراوح (من ٠,٤٤ إلى ٠,٦٩) بالنسبة لمفردات إدارة الوقت يتراوح (من ٠,٤٤ إلى ٠,٧٢)، كذلك تحققت معاملات ارتباط بمقدار (٠,٧٦، ٠,٥٩، ٠,٦٥، ٠,٧٣، ٠,٥٧) للأبعاد الخمسة على الترتيب بين درجات كل بعد، والدرجة الكلية للمقياس، مما يدل أيضاً على صدق الاتساق الداخلي للمقياس.

#### ب/٥ حساب ثبات المقياس:

تم حساب ثبات المقياس من خلال التطبيق علي عينة عددها (٣٠) طالبة غير عينة البحث ثم إعادة التطبيق بعد أسبوعين، وبتطبيق معادلة الارتباط (ليبرسون) لحساب ثبات المقياس عن طريق إعادة التطبيق - Test - Re Test، وبإجراء العمليات الإحصائية كانت قيمة معامل الثبات (٠,٨٥)، كما تم استخدام طريقة التجزئة النصفية، والتي تقوم علي تجزئة المقياس إلي نصفين (فردى- زوجي) وحساب معامل الارتباط بينهما، وكانت قيمة معامل الثبات (٠,٨٨)، وتشير تلك النتائج إلي ان المقياس يتمتع بدرجة ثبات عالية بحيث يمكن استخدامه في البحث الحالي.

ب/٦ الصورة النهائية للمقياس:

في ضوء النتائج السابقة تم وضع المقياس في صورته النهائية مكوناً من ( ٣٠ ) مفردة وبذلك تتراوح الدرجات لمقياس مهارات التنظيم الذاتي بين (٣٠) درجة وهي تمثل أدنى درجة يمكن أن تحصل عليها الطالبة، و(٩٠) درجة وهي تمثل أعلى درجة يمكن أن تحصل عليها الطالبة في المقياس، في حين يمثل متوسط المقياس (٦٠) درجة. ملحق (٧)

رابعاً: إجراء تجربة البحث١-هدف تجربة البحث:-

هدفت تجربة البحث إلى قياس أثر المناقشة الإلكترونية القائمة على استراتيجية توليد الأفكار (Scamper) في تنمية مفاهيم التسويق الابتكاري ومهارات التنظيم الذاتي لدى طلاب المدرسة الثانوية التجارية.

٢-عينة البحث: تم اختيار عينة البحث عشوائياً من طالبات الصف الثاني الثانوي بمدرسة النيل الثانوية التجارية بنات، وعددها (٣٦) طالبة، وتم تقسيمهم إلى مجموعتين تجريبتين، المجموعة التجريبية الأولى عددها (١٨) طالبة فصل (١/٢) وهي التي استخدمت المناقشة الإلكترونية القائمة على استراتيجية توليد الأفكار (Scamper)، والمجموعة التجريبية الثانية عددها (١٨) طالبة فصل (١/٢) وهي التي استخدمت المناقشة الإلكترونية العادية.

٣-التطبيق القبلي لأدوات البحث: تم تطبيق الاختبار المعرفي للتسويق الابتكاري ومقياس مهارات التنظيم الذاتي قبلياً على عينة البحث، يوم الأربعاء ٢٠٢٠/١١/٤ وتم تصحيح الاختبار ورصد النتائج ومعالجتها احصائياً باستخدام برنامج (SPSS) الاصدار الثالث والعشرون، وكانت النتائج كالتالي:

جدول ( ٩ ) نتائج التطبيق القبلي على المجموعتين التجريبتين في الاختبار المعرفي

| المجموعة          | المتوسط | الانحراف المعياري | التباين | ت المحسوبة | درجات الحرية | ت الجدولية | نوع الدلالة عند مستوى ٠,٠١ |
|-------------------|---------|-------------------|---------|------------|--------------|------------|----------------------------|
| التجريبية الأولى  | ٢,٥٦    | ٣,٠٧              | ٩,٤٤    | ٠,٢٣٢      | ٣٤           | ٢,٧٥       | غير دالة إحصائياً          |
| التجريبية الثانية | ٢,٩٤    | ٣,٧٥              | ١٤,٠٥   |            |              |            |                            |

\*\* يتضح من الجدول السابق أنه لا يوجد فرق ذو دلالة إحصائية بين متوسطي درجات طالبات المجموعتين التجريبتين في التطبيق القبلي للاختبار المعرفي؛ مما يدل على تكافؤ المجموعتين في المستوي التحصيلي.

جدول ( ١٠ ) نتائج التطبيق القبلي على المجموعتين التجريبتين في مقياس مهارات التنظيم الذاتي

| المجموعة          | المتوسط | الانحراف المعياري | التباين | ت المحسوبة | درجات الحرية | ت الجدولية | نوع الدلالة عند مستوى ٠,٠١ |
|-------------------|---------|-------------------|---------|------------|--------------|------------|----------------------------|
| التجريبية الأولى  | ٢١,٨    | ١٢,٠٢             | ١٤٤,٣٨  | ٠,٤٩٦      | ٣٤           | ٢,٧٥       | غير دالة إحصائياً          |
| التجريبية الثانية | ٢٣,٦٦   | ٩,٧٢              | ٩٤,٤٧   |            |              |            |                            |

\*\* يتضح من الجدول أنه لا يوجد فرق ذو دلالة إحصائية بين متوسطي درجات طالبات المجموعتين التجريبيتين في التطبيق القبلي لمقياس الاتجاهات، مما يدل على تكافؤ المجموعتين في مهارات التنظيم الذاتي.

**٤- الجلسة التمهيديّة:** تم عقد جلسة تمهيدية للطالبات بهدف شرح الهدف من التجربة وشرح طريقة الدراسة، وإعطاءهن بعض التوجيهات والإرشادات حول كيفية إجراء التجربة، وتم تدريبهن على القواعد الصحيحة للمناقشات الإلكترونية، كذلك تم تدريب الطالبات على كيفية إعداد المشاركات والتعليقات الجيدة، وكيفية استخدام مهارتهن الذاتية في دراسة التسويق الابتكاري.

#### **٥- تدريس موضوعات التسويق الإلكتروني:**

تم تدريس موضوعات التسويق الابتكاري ورفعها على حساب الباحثة بالسحابة الإلكترونية جوجل درايف Google Drive ، وتم تنظيم العمل داخل مجموعتي البحث، وتعين قائدة لكل مجموعة، وتم التأكيد على ضرورة المشاركة بالرأي والفكر، وقد تم تحديد فنيات الإدارة للمناقشات الإلكترونية وفقاً لإستراتيجية توليد الأفكار (سكامبر)، وأيضاً دور كل من (المعلم/ قائد المجموعة) والطالبات وفقاً لإستراتيجية توليد الأفكار، وتم الاعلان عن المواعيد المحددة للمناقشات، واستمرت التجربة الأساسية للبحث فترة أربع أسابيع بدءاً من يوم السبت الموافق ٧ / ١١ / ٢٠٢٠ حتى يوم السبت الموافق ٢٨ / ١١ / ٢٠٢٠، حيث كانت طالبات الصف الثاني الثانوي التجاري بالمدرسة تحضر أيام السبت والاثنين والاربعاء من كل أسبوع نظراً لظروف جائحة كورونا، وكانت المناقشات تتم لمدة أسبوع لكل موضوع من موضوعات التسويق الابتكاري. وقد واجه التطبيق العديد من الصعوبات منها: عدم إلمام بعض الطالبات بكيفية تحميل الموضوعات على الجهاز الخاص بها، وكذلك عدم انتظام بعض الطالبات في حضور المناقشات نظراً لظروف الانترنت، وإحجام بعض الطالبات عن المشاركة لخوفهم من التعرض للنقد والسخرية من زميلاتهن، وقد تم معالجة وتجاوز هذه الأمور أثناء التطبيق.

#### **٦- التطبيق البعدي لأدوات البحث :** تم تطبيق أدوات البحث على عينة البحث في يوم السبت

٥/١٢/٢٠٢٠، وتم تصحيح الاختبار والمقياس ورصد النتائج ومعالجتها إحصائياً.

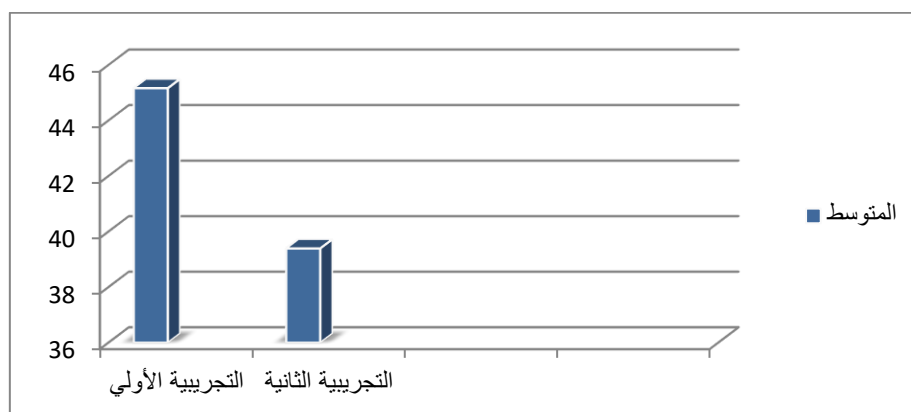
**٧- نتائج التجربة وتفسيرها :-** تمت الإجابة علي السؤال الأول والسؤال الثاني للبحث ضمن الاجراءات السابقة ويتم الاجابة علي باقي الأسئلة وفقاً للتالي:

**السؤال الثالث:** للإجابة عن السؤال الثالث للبحث ونصه ما يلي: **ما أثر المناقشة الإلكترونية القائمة علي استراتيجية توليد الأفكار (Scamper) في تنمية التسويق الابتكاري لدي طالبات المدرسة الثانوية التجارية؟** تم التحقق من صحة الفرض الأول من فروض البحث ونصه ما يلي " يوجد فرق ذو دلالة إحصائية عند مستوي (٠,٠١) بين متوسطي درجات طالبات المجموعة التجريبية الأولى (التي تدرس بإستخدام المناقشة الإلكترونية القائمة علي استراتيجية توليد الافكار لسكامبر)، والمجموعة التجريبية الثانية (التي تدرس بإستخدام المناقشة الإلكترونية العادية)، في درجات الاختبار المعرفي للتسويق الابتكاري البعدي لصالح المجموعة التجريبية الأولى " بإستخدام اختبار (ت) لمتوسطين مستقلين، للتعرف علي دلالة الفرق بين متوسطي درجات طالبات المجموعة التجريبية الأولى والمجموعة التجريبية الثانية في الاختبار المعرفي للتسويق الابتكاري البعدي، وكانت النتائج كالتالي:

جدول ( ١١ ) قيمة "ت" للفرق بين متوسطي درجات المجموعة التجريبية الأولى والمجموعة التجريبية الثانية في الاختبار المعرفي للتسويق الابتكاري البعدي

| المجموعة          | المتوسط | الانحراف المعياري | التباين | ت المحسوبة | درجات الحرية | ت الجدولية | نوع الدلالة عند مستوى ٠,٠١ |
|-------------------|---------|-------------------|---------|------------|--------------|------------|----------------------------|
| التجريبية الأولى  | ٤٥,١٦   | ٢,٠٢              | ٤,٨٥    | ٤,٠٦       | ٣٤           | ٢,٧٥       | دالة إحصائياً              |
| التجريبية الثانية | ٣٩,٣٩   | ٥,٤٢              | ٢٩,٤٣   |            |              |            |                            |

ويتضح من الجدول السابق ما يلي: أن قيمة ت المحسوبة (٤,٠٦) أكبر من قيمة ت الجدولية (٢,٧٥) أي أنها دالة إحصائياً، وهذا يدل علي تحقق الفرض الأول للبحث؛ حيث تفوقت المجموعة التجريبية الأولى علي المجموعة التجريبية الثانية؛ ويعزي ذلك إلي استخدام استراتيجية توليد الأفكار (سكامبر) من خلال المناقشة الالكترونية ويمكن تمثيل النتيجة بيانياً كالتالي:



شكل ( ٣ ) التمثيل البياني لمتوسط درجات طالبات المجموعة التجريبية الأولى والمجموعة التجريبية الثانية في التطبيق البعدي للاختبار المعرفي للتسويق الابتكاري

وللتحقق من صحة الفرض الثاني للبحث ونصه " يصل حجم التأثير إلي نسبة أعلي من (٠,٨) عند القياس بمعدل مربع إيتا في درجات الاختبار المعرفي للتسويق الابتكاري البعدي للمجموعة التجريبية الأولى.

تم استخدام اختبار (ت) لمتوسطين مرتبطين، للتعرف علي دلالة الفرق بين متوسطي درجات طالبات المجموعة التجريبية الأولى في الاختبار المعرفي للتسويق الابتكاري القبلي والبعدي، وكانت النتائج كالتالي:

جدول ( ١٢ ) نتائج اختبار "ت" للفرق بين متوسطي درجات المجموعة التجريبية الأولى في التطبيق القبلي والبعدي للاختبار المعرفي للتسويق الابتكاري

| التطبيق | المتوسط الحسابي | متوسط الفرق | الانحراف المعياري | درجات الحرية | ت المحسوبة | الدلالة الاحصائية | $\eta^2$ | حجم التأثير |
|---------|-----------------|-------------|-------------------|--------------|------------|-------------------|----------|-------------|
| قبلي    | ٢,٥٦            | ٤٢,٦        | ٣,٠٧              | ١٧           | ٥٣,٤٦      | دالة              | ٠,٩٤     | كبير        |
| بعدي    | ٤٥,١٦           |             | ٢,٠٢              |              |            |                   |          |             |



ويتضح من الجدول السابق ما يلي: تم حساب ( $\eta^2$ )، والتي بلغت قيمتها (٠,٩٤)، وهذه القيمة تعبر عن وجود تأثير قوى للمتغير المستقل ( نمط إدارة المناقشة الالكترونية القائمة على إستراتيجية توليد الأفكار) على المتغير التابع تحصيل مفاهيم التسويق الابتكاري، مما يدل علي تحقق الفرض الثاني للبحث.

### مناقشة النتائج الخاصة بمفاهيم التسويق الابتكاري وتفسيرها:

بتحقق الفرض الأول والفرض الثاني للبحث تكون تمت الإجابة علي السؤال الثالث للبحث، وهو ما أثر المناقشة الالكترونية القائمة علي استراتيجية توليد الأفكار (Scamper) في تنمية مفاهيم التسويق الابتكاري لدي طلاب المدرسة الثانوية التجارية؟ حيث ثبتت فاعلية المناقشة الالكترونية القائمة علي استراتيجية توليد الأفكار (سكامبر) وتفوقت المجموعة التجريبية الأولى ( التي تدرس بإستخدام المناقشة الالكترونية القائمة علي استراتيجية توليد الأفكار (سكامبر) علي المجموعة التجريبية الثانية (التي تدرس بإستخدام المناقشة الالكترونية العادية) في الاختبار المعرفي للتسويق الابتكاري، كما ثبت كبر حجم الأثر لدرجات المجموعة التجريبية الأولى في درجات التطبيق والقبلي والبعدي لصالح التطبيق البعدي؛ وقد يرجع ذلك :

- أن المناقشة الإلكترونية القائمة علي استراتيجية توليد الأفكار (سكامبر) قد ساهمت في تفعيل دور الطالبات في العملية التعليمية داخل وخارج المدرسة من خلال إعدادهن وقيامهن بالاشتراك في المناقشات الإلكترونية، وحفزت الطالبات على توليد الأفكار حول موضوع التسويق الابتكاري والقضايا المتعلقة به، وسمحت للطالبات بتبادل الخبرات خارج حجرة الدراسة خلال المناقشات.
- تنمية مهارة الطالبات في طرح التساؤلات التحفيزية المختلفة التي تطرحها قائدة المجموعة علي الطالبات؛ مما ساعد على تعميق فهمهن للمادة التعليمية، وساعد على توضيح واستيعاب المعلومات الموجودة بالتسويق الابتكاري.
- ساهمت في تعويد الطالبات على الاستفادة من أفكار الآخرين من خلال تطويرها والبناء عليها، ورفع روح التعاون، وحب العمل الجماعي عند الطالبات؛ مما ساهم في دمج المحتوى الدراسي في بنيتهن المعرفية، وسهلت تخزينها والاحتفاظ بها بأكثر من صورة، وتذكرها واسترجاعها، وترتب علي ذلك زيادة فهمهن، وتحسين مستوى التحصيل.
- استفادات الطالبات من خطوات استراتيجية (سكامبر) في الإعداد لمناقشة موضوعات التسويق الابتكاري من إثارة المشكلة التسويقية، وتحديد المشكلة وصياغتها، وتوليد الأفكار التسويقية الابتكارية، وتقييم الأفكار ومراجعتها، ثم التوصل حل المشكلة ومناقشته مع المعلم والطالبات في المجموعات الأخرى.
- ساعدت الطالبات على تعميم الخبرات المكتسبة أثناء دراسة التسويق الابتكاري في مواقف حياتية مختلفة، بعد تقديمها لهم في سياقات متنوعة من خلال المحتوى العلمي وعروض الفيديو والرسوم والمخططات التوضيحية وصور الاعلانات والمناقشة الإلكترونية التي تم من خلالها تعزيز المهارات المعرفية لدى الطالبات.

تتفق هذه النتيجة مع دراسة كل من: (Ryan, 2013)؛ ابراهيم، ٢٠١٣؛ فارس ٢٠١٦ الفقي، ٢٠١٦؛ السيد، ٢٠١٨؛ Lindberg & Brown, 2020) والتي توصلت إلى فاعلية استخدام المناقشة الالكترونية في تنمية التحصيل الدراسي لدي الطلاب في تكنولوجيا التعليم، وتصميم المواقف التعليمية ، ومفاهيم دراسة الجدوي لمشروعات التحول الرقمي، ومقرر العلوم كما قد اتفقت هذه النتيجة مع دراسات كل من : (رمضان، ٢٠١٥؛ محمد ٢٠١٦؛ Ozyaprak, 2016؛ محمد، ٢٠١٧؛ بشاي، ٢٠١٨؛ AI Qudah 2018؛ خريسات، ٢٠١٩) والتي اكدت علي فاعلية استراتيجية توليد الأفكار (سكامبر) في التحصيل في المواد الدراسية المختلفة مثل العلوم، والاقتصاد المنزلي، والهندسة، وكذلك أثبتت فاعليتها في المراحل التعليمية المختلفة.

### السؤال الرابع :

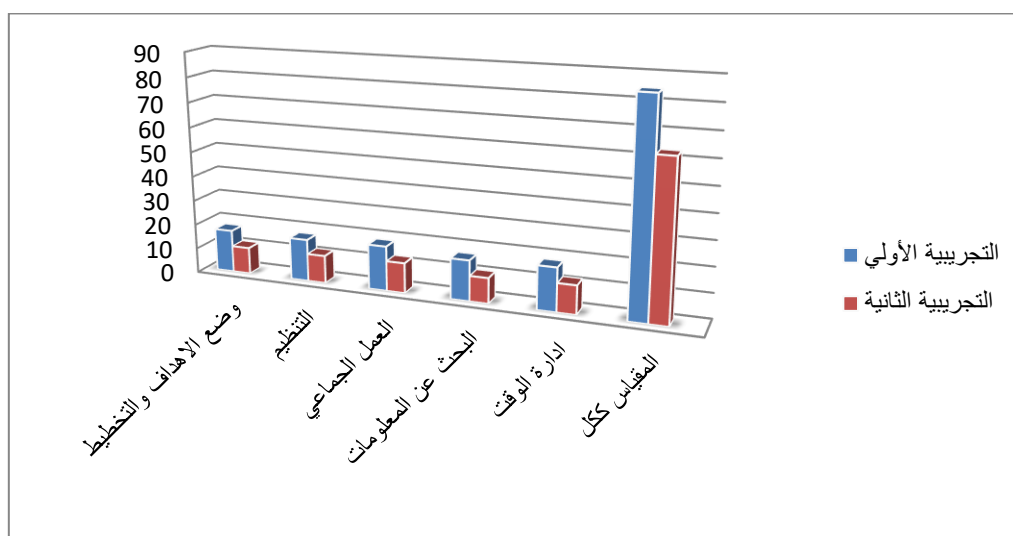
للإجابة عن السؤال الرابع للبحث ونصه ما يلي: ما أثر المناقشة الالكترونية القائمة علي استراتيجية توليد الأفكار (Scamper) في تنمية مهارات التنظيم الذاتي لدي طالبات المدرسة الثانوية التجارية؟ تم التحقق من صحة الفرض الثالث ونصه: "يوجد فرق ذو دلالة إحصائية عند مستوي (٠,٠١) بين متوسطي درجات طالبات المجموعة التجريبية الأولى (التي تدرس بإستخدام المناقشة الالكترونية القائمة علي استراتيجية توليد الافكار سكامبر، والمجموعة التجريبية الثانية (التي تدرس بإستخدام المناقشة الالكترونية العادية)، في درجات مقياس مهارات التنظيم الذاتي البعدي لصالح المجموعة التجريبية الأولى" باستخدام اختبار(ت) لمتوسطين مستقلين، للتعرف علي دلالة الفرق بين متوسطي درجات طالبات المجموعة التجريبية الأولى والمجموعة التجريبية الثانية في مقياس مهارات التنظيم الذاتي البعدي، وكانت النتائج كالتالي:

جدول (١٣) قيمة "ت" للفرق بين متوسطي درجات المجموعة التجريبية الأولى والمجموعة التجريبية الثانية في مقياس مهارات التنظيم الذاتي البعدي

| المهارات                | المتوسط الحسابي  |                   | الانحراف المعياري |                   | قيمة ت المحسوبة | درجات الحرية | مستوي الدلالة |
|-------------------------|------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-----------------|--------------|---------------|
|                         | التجريبية الأولى | التجريبية الثانية | التجريبية الأولى  | التجريبية الثانية |                 |              |               |
| ١- وضع الأهداف والتخطيط | ١٧,٢             | ١٠,٧٢             | ٠,٧٥              | ١,٠٩              | ٤,٦٣            | ٣٤           | ٠,٠١          |
| ٢- التنظيم.             | ١٧               | ١١,٢              | ٠,٩٥              | ١,١               | ٤,١٤            | ٣٤           | ٠,٠١          |
| ٣- العمل الجماعي.       | ١٨               | ١٢,١              | ١,١٦              | ١,١٥              | ٣,١٢            | ٣٤           | ٠,٠١          |
| ٤- البحث عن المعلومات.  | ١٦,٣             | ١٠,٢              | ٠,٦٥              | ١,٦٥              | ٣,٦             | ٣٤           | ٠,٠١          |
| ٥- ادارة الوقت.         | ١٧,٥             | ١١,٥              | ٠,٨٥              | ٠,٩٥              | ٤,٧             | ٣٤           | ٠,٠١          |
| المقياس ككل.            | ٨٤,٢٢            | ٦٢,٧٢             | ٤,٧٧              | ١٣,٢٥             | ٦,٣             | ٣٤           | ٠,٠١          |

يتضح من الجدول السابق وجود فروق ذات دلالة احصائية عند مستوى (٠,٠١) بين متوسطي درجات المجموعة التجريبية الأولى والمجموعة التجريبية الثانية في مقياس التنظيم الذاتي للتعلم ككل وابعاده المختلفة (وضع الأهداف والتخطيط- التنظيم- العمل الجماعي- البحث عن المعلومات- إدارة الوقت) حيث إن قيمة ت المحسوبة (٦,٣) أكبر من قيمة ت الجدولية (٢,٧٥) أي انها دالة إحصائياً، وهذا يدل علي تحقق الفرض الثالث للبحث؛ حيث تفوقت المجموعة التجريبية الأولى علي المجموعة التجريبية الثانية

في مقياس مهارات التنظيم الذاتي البعدي ؛ ويعزي ذلك إلي استخدام استراتيجية توليد الأفكار (سكامبر) خلال المناقشة الالكترونية ويمكن تمثيل النتيجة بيانياً كالتالي:



شكل (٤) التمثيل البياني لمتوسط درجات طالبات المجموعة التجريبية الأولى والمجموعة التجريبية الثانية في التطبيق البعدي لمقياس مهارات التنظيم الذاتي

وللتحقق من صحة الفرض الرابع من فروض البحث ونصه ما يلي: " يصل حجم التأثير إلي نسبة أعلى من (٠,٨) عند القياس بمعدل مربع إيتا في درجات مقياس مهارات التنظيم الذاتي البعدي للمجموعة التجريبية الأولى " تم استخدام اختبار (ت) لمتوسطين مرتبطين، للتعرف علي دلالة الفرق بين متوسطي درجات طالبات المجموعة التجريبية الأولى في مقياس مهارات التنظيم الذاتي القبلي والبعدي، وكانت النتائج كالتالي:

جدول ( ١٤ ) نتائج اختبار "ت" للفرق بين متوسطي درجات المجموعة التجريبية الأولى في التطبيق القبلي والبعدي لمقياس مهارات التنظيم الذاتي

| حجم التأثير | $\eta^2$ | الدلالة الاحصائية | ت المحسوبة | درجات الحرية | الانحراف المعياري | متوسط الفرق | المتوسط الحسابي | التطبيق |
|-------------|----------|-------------------|------------|--------------|-------------------|-------------|-----------------|---------|
| كبير        | ٠,٩٣     | ٠,٠١ دالة         | ١٦,٢       | ١٧           | ١٢,٢              | ٦٢,٤٢       | ٢١,٨            | قبلي    |
|             |          |                   |            |              | ٤,٧٧              |             | ٨٤,٢٢           | بعدي    |

وينتضح من الجدول السابق ما يلي: بلغت قيمة ( $\eta^2$ ) (٠,٩٣)، وهذه القيمة تعبر عن وجود تأثير قوى للمتغير المستقل (المناقشة الالكترونية القائمة على إستراتيجية توليد الأفكار) على المتغير التابع (مهارات التنظيم الذاتي)، مما يدل علي تحقق الفرض الرابع للبحث.

مناقشة النتائج الخاصة بمهارات التنظيم الذاتي وتفسيرها:

وبتحقق الفرض الثالث والرابع تكون تمت الإجابة علي السؤال الرابع للبحث وهو ما أثر المناقشة الإلكترونية القائمة علي استراتيجية توليد الأفكار (Scamper) في تنمية مهارات التنظيم الذاتي لدي

طلاب المدرسة الثانوية التجارية؟ حيث ثبتت فاعلية المناقشة الإلكترونية القائمة علي استراتيجية توليد الافكار (سكامبر) وتفوقت المجموعة التجريبية الأولى علي المجموعة التجريبية الثانية في مقياس مهارات التنظيم الذاتي، كما ثبت كبر حجم الأثر لدرجات المجموعة التجريبية الأولى في درجات التطبيق والقبلي والبعدي لصالح التطبيق البعدي في المقياس؛ وقد يرجع ذلك إلي أن المناقشة الإلكترونية القائمة علي استراتيجية توليد الافكار (سكامبر) قد ساهمت في:

- طرح الأسئلة المشوقة والمحفزة ساعد في التجهيز للمعلومات ومعالجتها، والاحتفاظ بها ثم عرضها واسترجاعها أثناء المناقشة، مما ساهم في اكتساب مهارات التنظيم الذاتي.

- تحديد الطالبات لأهدافهن من المناقشة، وإعدادهن خطة لتحقيقها وتحديد أهدافاً محددة قبل البدء فيها بغرض الاستفادة منها في تنظيم العملية التي يقومون بها.

- ساهمت في تعويد الطالبات على الاستفادة من أفكار الآخرين من خلال تطويرها والبناء عليها، وربطها بالمعلومات التسويقية السابقة الموجودة لديهن؛ مما ساهم في دمج المحتوى الدراسي للتسويق الابتكاري في بنيتهم المعرفية، وترتب علي ذلك زيادة فهمهن، وتحسين مهارات التنظيم الذاتي لديهن.

- ربط المعلومات الجديدة بالمعلومات السابق تعلمها في التسويق الابتكاري، وإعادة تنظيم وترتيب المعلومات عن التسويق الابتكاري مما سهل فهمها وساعد علي تحقيق المناقشة لأهدافها.

- تكوين اتجاهات ايجابية لدى الطالبات نحو تعلم التسويق الابتكاري، وزيادة اساليب بحثهم عن المعلومات من خلال شبكة الإنترنت عبر المواقع الإلكترونية المختلفة وعدم شعورهن بالملل خلال عملية التعليم.

تتفق هذه النتيجة مع دراسة كل من: (لاشين، ٢٠٠٩؛ البنا، ٢٠١٣؛ بدر وآخرون، ٢٠١٥؛ ربيع و محمد، ٢٠١٨؛ Tatiana, 2015؛ Bagazi, 2016؛ Lea, 2018).

والتي اثبتت فعالية العديد من أساليب واستراتيجيات التدريس مثل التعلم القائم علي المشروعات، والتعلم الاستراتيجي، والتعلم المنظم ذاتياً، وخرائط التفكير، في تنمية مهارات التنظيم الذاتي لدي الطلاب.

**التوصيات:** في ضوء ما أسفرت عنه نتائج البحث يوصي البحث بما يلي:-

١- الاهتمام بتدريس التسويق الابتكاري لطلاب المدارس التجارية؛ لما له من دور في مواكبة التحولات الإقتصادية العالمية وأيضاً القدرة على التكيف مع المستجدات المعاصرة.

٢- استخدام المناقشة الإلكترونية القائمة علي استراتيجية توليد الافكار (سكامبر) في تدريس المواد الدراسية المختلفة لدي الطلاب.

٣- الاهتمام بتنمية مهارات التنظيم الذاتي لدي الطلاب في شتي المراحل التعليمية لتأثيرها المباشر في تشكيل شخصية الطلاب الدراسية والعملية، وتحسين أدائهم الأكاديمي، وكذلك الاستفادة منها في حياتهم اليومية وحياتهم العملية.

٤- تدريب المعلمين وأعضاء هيئة التدريس علي المناقشات الإلكترونية بأنواعها واستخدامها أثناء العملية التعليمية.

**بحوث مقترحة:-** في ضوء نتائج البحث يمكن اقتراح البحوث المستقبلية التالية:

- ١- أثر المناقشة الالكترونية المضبوطة علي تنمية المهارات المحاسبية والانخراط في التعلم لدي طلاب التعليم لتجاري.
- ٢- فاعلية استخدام المناقشة الالكترونية القائمة علي استراتيجيات توليد الافكار (سكامير) علي تنمية قوة السيطرة المعرفية في إدارة الأعمال ومهارات التفكير المرن لدي طلاب التعليم التجاري.
- ٣- أثر المناقشة الالكترونية علي تنمية الجدارات المهنية والرضا المهني المهنية لدي الطلاب المعلمين بشعبة التعليم التجاري بكلية التربية.

**المراجع العربية:**

- إبراهيم، وليد يوسف . (٢٠١٣). اختلاف حجم المجموعة المشاركة في المناقشات الإلكترونية التعليمية وتأثيره على تنمية التفكير الناقد والتحصيل المعرفي والرضا عن المناقشات لدى الطلاب المعلمين بكلية التربية، مجلة تكنولوجيا التعليم، ٢٣(٣)، ١٢٩-٢٠٧.
- أبو العلا، سوسن إبراهيم ومراد، نهى محمود. (٢٠١٧). أثر التفاعل بين نمط المناقشة الإلكترونية وحجم مجموعات التفاعل بها بالمنصات التعليمية في تنمية مهارات إنتاج المحتوى الإلكتروني وتحديد الذات والإندماج الدراسي لدى طلاب الدراسات العليا، مجلة تكنولوجيا التربية، ٣٣(٣)، ٤٥٩-٥٤٤.
- أبو جمعة، نعيم حافظ. (٢٠١٠). *التسويق الابتكاري*، ط٢، القاهرة، مصر، المنظمة العربية للتنمية الإدارية.
- أبو زيد، لمياء شعبان. (٢٠١٧). استخدام استراتيجيات SCAMPER في تنمية مهارات التفكير الإبداعي والاتجاه نحو الإبداع لدى الطالبات معلمات رياض الأطفال بكلية التربية بسوهاج، مجلة كلية التربية، جامعة المنوفية، ٣٢(٤)، ٢٤٠-٢٧٦.
- أبولين، وجيه المرسى. (٢٠١٦). فاعلية استراتيجيات (سكامير) في تنمية بعض مهارات التذوق الأدبي والتعبير الكتابي الإبداعي لدي طلاب الصف الأول الثانوي، مجلة دراسات عربية في التربية وعلم النفس، ٧١(٧١)، ٢٥١-٢٩٥.
- أحمد، أحمد محمد . (٢٠١٣). أثر برنامج قائم على مهارات التنظيم الذاتي في تنمية المهارات الحياتية وعادات الاستذكار لدى طلاب المدرسة الثانوية، مجلة العلوم التربوية، ٢١(٣)، ٤٩٦-٥٠٦.
- أحمد، عبد الهادي عبد الله. (٢٠١٤). فعالية استراتيجيات ما وراء المعرفة في تنمية التحصيل ومهارات التسويق
- والاتجاه نحو المادة لدى طلاب المدارس الثانوية الفنية التجاري، مجلة دراسات عربية في التربية وعلم النفس، ٥١(٥١)، ١٤-٤٤.
- أحمد، زينب السيد. (٢٠١٦). فاعلية استخدام استراتيجيات التفكير المتشعب لتدريس مادة التسويق في تنمية التحصيل الدراسي وبعض عادات العقل لدى طلاب التعليم الثانوي التجاري، مجلة القراءة والمعرفة، ١٧٤(١٧٤)، ٧٩-١٣٩.
- إسماعيل، حنان. (٢٠١٥). نمطان لعرض المحتوى التكيفي القائم على النص الممتد، والمعتم ببيئة تعلم إلكتروني وفقا لاسلوب التفكير التحليلي، والكلبي وأثرهما على تنمية بعض مهارات البرمجة والتنظيم الذاتي، مجلة تكنولوجيا التعليم، ٢٥(٣)، ٩٩-٢٣٧.

- بدر، آية محروس، الجندي، أمينة السيد و سعد، عزة صلاح. (٢٠١٥). فعالية خرائط التفكير في تنمية مهارات التنظيم الذاتي للتعلم في التربية الأسرية لدى تلميذات المرحلة الإعدادية، مجلة البحث العلمي في التربية، ١(١٦)، ٥٨٥-٦٢٠.
- بركاني، خولة. (٢٠١٧). أثر تطبيق التسويق الابتكاري على تحسين الأداء التسويقي في المؤسسة الاقتصادية، رسالة ماجستير، غير منشورة، جامعة العربي بن مهيدي، كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير.
- بشاي، زكريا جابر. (٢٠١٨) استخدام استراتيجية (سكامبر) "SCAMPER" في تدريس الهندسة لتنمية مهارات التفكير الجانبي واتخاذ القرار الإبداعي لدى تلاميذ المرحلة الإعدادية المصدر: مجلة تربويات الرياضيات، ٢١(١٢)، ٩٤-٤٤.
- بن زايد، سارة. (٢٠١٦). التسويق الابتكاري ومقومات نجاحه (تجارب عالمية)، مجلة الاقتصاد والتنمية البشرية، ١٤(١٤)، ٢٦٥-٢٥٥.
- البنا، مكة عبد المنعم. (٢٠١٣). استراتيجية مقترحة في ضوء التعلم المنظم ذاتيا لتنمية مهارات التنظيم الذاتي والتحصيل في الرياضيات لدي تلاميذ الصف الثالث الإعدادي، مجلة تربويات الرياضيات، ١٦(٤)، ١١٢-١٧٨.
- جابر، جابر، الجندي، إيمان وبدوي، مني. (٢٠١٤). برنامج قائم على استراتيجيات التنظيم الذاتي للتعلم وأثره على تقدير الذات لدى المتفوقين عقليًا منخفضي التحصيل. مجلة العلوم التربوية، ١(١)، ٥٠١-٥٢٣.
- جرادات، ناصر محمد. (٢٠١٩). تطبيقات التسويق الابتكاري في الشركات الصناعية بمحافظة الخليل: الإشكاليات والمقترحات، مجلة شؤون اجتماعية، ٣٦(١٤٢)، ١٢٧-١٥٣.
- حرب، سليمان أحمد. (٢٠١٨). فاعلية المناقشات الالكترونية المتزامنة وغير المتزامنة علي موقع Face book في تنمية مهارات إعداد البحوث العلمية لدي طلبة جامعة الأقصى بغزة، مجلة كلية فلسطين التقنية للأبحاث والدراسات، ٥(٥)، ٣٧٣-٣٩٨.
- حسن، ابراهيم و الرئيس، إيمان. (٢٠١٨): فاعلية استراتيجية (سكامبر) في تنمية المعرفة البيداغوجية ومهارات اتخاذ القرار لدى طلاب كلية التربية شعبه الرياضيات، مجلة تربويات الرياضيات، ٢١(٣)، ١٥٧-٢٠٤.
- خريسات، مها عبد المجيد. (٢٠١٩). أثر استخدام استراتيجية (سكامبر) (SCAMPER) في تحسين مهارات رسم الخرائط المفاهيمية لدى طالبات الصف السادس الأساسي في الأردن، مجلة دراسات العلوم التربوية، الجامعة الأردنية، ٤٦(١)، ٥٦٣-٥٨٢.
- خليل، عاصم أحمد و جاسم، ولاء عبد الله (٢٠١٩): أثر إستراتيجية (سكامبر) في إكساب طالبات الصف الرابع العلمي مهارات حل المسألة الرياضية، مجلة أبحاث كلية التربية الأساسية، ١٥(٣)، ١٦٠-١٢٧.

- خميس، محمد عطية. (٢٠١٣). النظرية والبحث التربوي في تكنولوجيا التعليم، القاهرة، دار سحاب للنشر والتوزيع.
- ربيع، أنهار علي الإمام، و محمد، نيفين منصور. (٢٠١٨). نمطان لعرض الفيديو بالفصل المعكوس القائم على المبادئ الأولى للتعليم لميريل وأثرهما في مهارات حساب ثبات الاختبارات باستخدام برنامج SPSS ومهارات التنظيم الذاتي لدى طالبات تكنولوجيا التعليم واتجاهاتهن نحوهم، مجلة بحوث عربية في مجالات التربية النوعية، (١١)، ١٩٥-٣٣٢.
- رشوان، رانيا محمود. (٢٠١٥). فعالية برنامج تدريبي قائم على مهارات التنظيم الذاتي في التدريب على المشاركة في الفصل لدى التلاميذ ذوي صعوبات التعلم، مجلة البحث العلمي في التربية، (١٦)، ٥٤-٣٥.
- رمضان، حياة علي. (٢٠١٤). أثر إستراتيجية (سكامبر) في تنمية التحصيل ومهارات حل المشكلات وبعض عادات العقل في مادة العلوم لدى تلاميذ المرحلة الابتدائية، مجلة دراسات عربية في التربية وعلم النفس، (٥١)، ٧٧-١١٨.
- سعيد، سعد محمد. (٢٠١٥). تصميم بيئة تعلم قائمة على المناقشات الإلكترونية لتنمية مهارات البحث التعاوني لدى طالب الدبلوم المهني بكلية التربية، مجلة دراسات تربوية واجتماعية، ٢١(١)، ٤٢١-٤٦٤.
- السيد، مصطفى عبد الرحمن. (٢٠١٨). انماط إدارة المناقشة الإلكترونية القائمة على استراتيجيات توليد الأفكار (سكامبر) وأثرها في تنمية مفاهيم دراسة الجدوى لمشروعات التحول الرقمي والتفكير الاستدلالي لدى طلاب تكنولوجيا التعليم، مجلة دراسات في المناهج وطرق التدريس، (٢٣٤)، ٩٥-٤٦.
- الشراقوي، جمال. (٢٠١٣). تصميم إستراتيجية قائمة على التفاعل الإلكتروني بين إستراتيجيتي المشاريع والمناقشة وأثرها على تنمية مهارات إنتاج بيئات التدريب الإلكتروني لدى طلاب الدراسات العليا بكلية التربية، دراسات عربية في التربية وعلم النفس، (٣)، ١٢-٦٩.
- الشيدي، خالد بن جمعة. (٢٠١٨). أثر استخدام إستراتيجية سكامبر *Scamper* في تنمية التحصيل في مادة الرياضيات والتفكير الابتكاري لدى طالبات الصف التاسع في سلطنة عمان، رسالة ماجستير، غير منشورة، جامعة الشرق الأوسط، كلية العلوم الادارية.
- صالح، محمد صالح. (٢٠١٥). فاعلية إستراتيجية سكامبر لتعليم العلوم في تنمية بعض عادات العقل العلمية ومهارات اتخاذ القرار لدى تلاميذ المرحلة الإعدادية، مجلة كلية التربية، جامعة بنها، (١٠٣)، ١٧٣-٢٤٢.
- طلبه، محمد علام. (٢٠١٩). فاعلية استخدام الفصل المعكوس في تنمية العمليات المعرفية العليا ومهارات التنظيم الذاتي لتعلم الرياضيات لدى طلاب المرحلة الثانوية، مجلة تربويات الرياضيات، (٤)، ٢٢-٢١٢.
- عباس، أنس عبد الباسط و الكميم، جمال ناصر. (٢٠١٥). التسويق المعاصر، مصر، المنهل.

- عبد العزيز، حمدي أحمد. (٢٠١٣). استخدام مدخل دائرة التعلم في تصميم تعليم التسويق الالكتروني وأثر ذلك في تنمية مهارات التفكير المنطومي والدافعية للتعلم لدى طلاب المدارس الثانوية التجارية، مجلة الدراسات التربوية والنفسية، ٧(٣)، ٤٠٠-٤٢١.
- عبد القادر، رياض وكشروود، إيمان. (٢٠١٧). دور التسويق الإبتكاري في تحقيق الميزة التنافسية في المؤسسة الإقتصادية، مجلة الدراسات المالية والمحاسبية والإدارية، ٨(٨)، ٦٥٧-٦٨٢.
- عبد الله، أنيس أحمد. (٢٠١٦). إدارة التسويق وفق منظور قيمة الزبون، دار الجنان للنشر والتوزيع.
- عبدالقوي، أشرف بهجات. (٢٠٠٨). أثر وحدة مقترحة في التسويق تتضمن حقوق وواجبات المستهلك في تنمية التحصيل والوعي الشرائي لطلاب المدرسة الثانوية التجارية، مجلة العلوم التربوية، ١٢(٢)، ٧٨-١١٤.
- عزام، أمل محمد. (٢٠١٨). التفاعل بين نمط الفصل الافتراضي وأسلوب التفكير وأثره في تنمية القدرة على اتخاذ قرار اختيار مصادر التعلم ومهارات التنظيم الذاتي لدى طلاب كلية التربية، مجلة كلية التربية، جامعة طنطا، ٧١(٣)، ٣١١-٤١٥.
- العصيمي، خالد بن حمود. (٢٠١٨). أثر استراتيجية (سكامبر) لتدريس العلوم في تنمية التفكير الاستدلالي والتنظيم الذاتي والمهارات الحياتية لدى طلاب الصف الأول المتوسط، مجلة كلية التربية، جامعة بنها، ٢٩(١١٦)، ٢٧٠-٣٣٥.
- العطوي، سليمان عوده. (٢٠٢٠). فاعلية برنامج قائم على الارشاد المعرفي - السلوكي لتنمية مهارات التنظيم الذاتي لدى طالب المرحلة الثانوية منخفضي التحصيل بمدينة تبوك، المجلة الالكترونية الشاملة متعددة التخصصات، ٢٢(٣)، ٢٨-٣٠.
- علي، محمد سلامة. (٢٠١٣). أثر استخدام نموذج كايزن على تنمية مفاهيم التسويق الأخضر والوعي البيئي لدى طلاب التعليم الثانوي التجاري، مجلة دراسات عربية في التربية وعلم النفس، ٤(٤٠)، ١-٤٥.
- علي، شاهيناز. (٢٠١٨). أثر إختلاف أساليب المناقشة الالكترونية في بيئة التعلم عبر الانترنت علي تنمية مهارات التعلم التعاوني لدي طالبات المرحلة المتوسطة، رسالة ماجستير، غير منشورة، جامعة الباحة، كلية التربية.
- العنزي، فايز بن سعد. (٢٠١٥). فاعلية استخدام استراتيجية (سكامبر) SCAMPER في تدريس العلوم على تنمية الدافعية للتعلم لدى عينة من الطلاب الموهوبين بالصف الخامس الابتدائي في مدينة عرعر بالمملكة العربية السعودية، مجلة كلية التربية جامعة أسيوط، ٣١(٣)، ٦١-٩٧.
- الغرابية، سالم علي. (٢٠١٠). قياس إستراتيجيات التعلم لذاتي التنظيم وتحديد أبعادها وعلاقتها بالتحصيل الدراسي لدى عينة من الطلبة الجامعيين، مجلة جامعة الشارقة للعلوم الإنسانية والإجتماعية، ٧(٢)، ٩١-١١٦.



- فارس، نجلاء محمد. (٢٠١٦). أثر التفاعل بين أنماط إدارة المناقشات الإلكترونية (المضبوطة/المتركزة) حول المجموعة وكفاءة الذات (المرتفعة/المنخفضة) على التحصيل والانخراط في التعلم لدى طلاب كلية التربية النوعية، مجلة كلية التربية، ٣٢(١)، ٤٢٩-٣٥٥.
- الفقى، ممدوح سالم. (٢٠١٦). أثر اختلاف حجم مجموعات التشارك باستراتيجية المناقشات الإلكترونية ورتبة قوة السيطرة المعرفية على التحصيل والكفاءة الاجتماعية الإلكترونية لدى طلاب السنة التحضيرية بجامعة الطائف، مجلة تكنولوجيا التربية – دراسات وبحوث، (١٩)، ٢٩-١٠٣.
- فوده، فاتن عبد المجيد. (٢٠١٢). استراتيجية مدمجة قائمة على الأنشطة الإلكترونية التفاعلية وفعاليتها في تنمية المفاهيم التسويقية والدافعية نحو التعلم الذاتي لدى طلاب المدارس الثانوية التجارية، مجلة الجمعية المصرية لتكنولوجيا التعليم، ٢٢(٣)، ٥-٤١.
- القطان، نهاد ابراهيم. (٢٠١٦). أثر التدريب الإلكتروني القائم على نمط المناقشة في إكساب كفايات القصص الإلكترونية لمعلمات رياض الأطفال، رسالة ماجستير، غير منشورة، جامعة الخليج العربي، كلية الدراسات العليا.
- القلعاوي، عبدالمعز محمد. (٢٠١٩). تأثير استخدام استراتيجية (سكامبر) SCAMPER في تدريس الجغرافيا علي تنمية مهارات التفكير الجانبي وبعض عادات العقل لتلاميذ المرحلة الإعدادية، مجلة الجمعية التربوية للدراسات الاجتماعية، (١١٤)، ٥٤-١٠١.
- الكندري، علي محمد. (٢٠١٦). تعزيز فرص اكتساب المعرفة وما وراء المعرفة البيئية لطلاب كلية التربية بجامعة الكويت من خلال المناقشات الإلكترونية، مجلة دراسات الخليج والجزيرة العربية، ٤٢(١٦٢)، ١٨٧-٢٣٣.
- لاشين، سمر عبدالفتاح. (٢٠٠٩). فاعلية نموذج التعلم القائم على المشروعات في تنمية مهارات التنظيم الذاتي والأداء الأكاديمي في الرياضيات، مجلة دراسات في المناهج وطرق التدريس، (١٥١)، ١٣٤-١٦٧.
- محمد، أحمد عمر. (٢٠١٦). فاعلية استخدام استراتيجية (سكامبر) Scamper لتنمية مهارات التفكير الإبداعي والتحصيل الدراسي في مادة العلوم لدى تلاميذ الصف الثاني المتوسط بالمملكة العربية السعودية، مجلة كلية التربية، جامعة أسيوط، ٣٢(٣)، ٤١٩-٤٧٩.
- محمد، نورا إبراهيم. (٢٠١٧). فاعلية استراتيجية (سكامبر) SCAMPER في تدريس الاقتصاد المنزلي لتنمية مهارات التفكير التحليلي وحب الاستطلاع العلمي لدى طالبات المرحلة الإعدادية، دراسات عربية في التربية وعلم النفس، (٨٩)، ٩٦-١٥٢.
- محمود، أمال محمد. (٢٠١٥). فاعلية تدريس العلوم باستخدام استراتيجية توليد الأفكار (سكامبر) في تنمية مهارات التفكير التخيلي وبعض عادات العقل لدي تلاميذ الصف الأول الإعدادي، المجلة المصرية للتربية العلمية، ١٨(٤)، ١-٥٠.
- محمود، ايمن الهادي. (٢٠١٧). فعالية استراتيجية (سكامبر) Scamper Strategy في تنمية بعض مهارات التفكير الإبداعي للتلاميذ الموهوبين بالمرحلة الابتدائية، مجلة كلية التربية، جامعة أسيوط، ٣٤(١)، ٦٤٧-٦١٠.

- مرسي ،صفوت .(٢٠١٩). المهارات التسويقية اللازمة لطلاب المدرسة الثانوية التجارية، مجلة دراسات في التعليم الجامعي، (٤٢)، ١٦٨-٢٢١.
- مزروع ، فانتن إبراهيم. (٢٠٠٧). وحدة مقترحة لتنمية مهارات التسويق الدولي لدى الطلاب في ضوء تطوير منهج مادة التسويق بالمدارس الثانوية التجارية، مجلة كلية التربية بالفيوم، (٥)، ٩٧-١٣٤.
- مصيلحي ، نورا ، أبو عبدالله، دعاء. (٢٠١٨): أثر إستراتيجية (سكامبر) لتنمية التفكير المنتج في الوسائل التعليمية وفعالية الذات الأكاديمية للطلاب معلمين الاقتصاد المنزلي، مجلة البحوث في مجالات التربية النوعية، (١٧)، ١٤١-١٩٣.
- نوبي، أحمد محمد .(٢٠١٣). المناقشة الإلكترونية (التشاركية - الموجهة) في بيئة التعلم الافتراضية وأثرها على التفكير الناقد والأداء المهني لمعلمات العلوم أثناء الخدمة، مجلة دراسات في المناهج وطرق التدريس، (١٩٣)، ٨٨-١٣٥.
- هولي ،فرحات. (٢٠١٨). أثر إدارة التسويق الابتكاري على قيمة المؤسسة، رسالة دكتوراه، غير منشورة، جامعة محمد خيضر بسكرة، كلية العلوم الاقتصادية والادارية وعلوم التفسير.

#### المراجع الأجنبية:

- Abul Magd ,Dina. (2015). *The effectiveness of electronic discussions on foreign language anxiety levels of adult Egyptian EFL learners*, Ph.D., The American University in Cairo.
- Al Qudah, Fatima. (2018). The Effectiveness of Using Generate Ideas (SCAMPER) Strategy on Improving Ninth Grade Students' Writing Skills at Wadi El Sir Schools in ,*Journal of Education and Practies*,25(9),53-58.
- Alikhawaldeh, Hamazh M . (2018). *The effectiveness of Scamper and Cort Programs on Creativity Among Gifted and Talented Students*, Ph.D.,Universiti Utara Malaysia.
- Al-Zuwaini, [Ibtisam Sahib](#). (2019). The Impact of Scamper's Strategy in Developing Creative Thinking and Achievement for Fifth Graders in the Field of Eloquence and Application, *Indian Journal of Public Health Research and Development* 10(6):1274
- Bagazi ,Afrah. (2016). *The Effectiveness of a Training Programme for Improving Self-Regulation Skills and Academic Self-Concept of Students Who are Struggling at School in Saudi Arabia*, Ph.D., University of York, U. K.
- Baran, Evrem & Correia ,Ana P. ( 2009). Student-led facilitation strategies in online discussions, *Journal of Distance Education*, 30 (3), 339-361
- Cuncic ,[Arlin](#) . (2020). How to Develop and Practice Self-Regulation, <https://www.verywellmind.com/how-you-can-practice-self-regulation-4163536>. 12 / 4/2020
- Drapeau ,[Patti](#) . (2014). *Sparking Student Creativity: Practical Ways to Promote Innovative Thinking and Problem Solving*, Congress Library, U.S.A.

- 
- Eglin, Kerri .(2018). Conducting Online Discussions. The WAC Clearinghouse, <https://wac.colostate.edu/resources/teaching/guides/online-discussions/>. 12 /4/2020
- Fossum, Ingerid & Graven, Olaf . (2011). Use of electronic discussions as a pedagogical tool, 14th International Conference on Interactive Collaborative Learning (ICL).
- Gorgoz ,Seda & Tican, Canses. (2020). Investigation of Middle School Students' Self-Regulation Skills and Vocabulary Learning Strategies in Foreign Language, International Journal of Educational Methodology, 6(1),25-42.
- Greene , Jeffrey A. (2017). *Self-Regulation in Education*, London, Routledge.
- Hill ,Charles & Jones, Gareth .(2019). *Strategic Mangement: An Integrated Approach*, (13 ed.). U.S.A., Mifflin Company.
- Jimenez ,Amy.(2020). A guide to digital discussions, <https://cbdconsulting.com/discussions>. 20 /4/2020
- Joueid ,[Abdennassar](#),& Coenders [Germà](#) . (2018). Marketing Innovation and New Product Portfoliosn, A Compositional Approach, Journal Open Innovation Technology,4(2),1-13.
- Kaytez ,Nazan & Aytar ,Abide G. (2016). Analysis of the Effect of Scamper Education Program on five-year-old children's creativity, Journal of Human Sciences, 13(3),1-10.
- Lea, Jessica. (2018). *Impact of an Intervention to Improve Self Regulation Skills among Students in the Introductory Biology Course at a Southern Technical College*, Ph.D., University of South Carolina, Columbia.
- Liman, Belgin & Tepeli, Kezban. (2019). A study on the effects of self-regulation skills education program on self-regulation skills of six-year-old children, Educational Research and Reviews, 14(18),647-654.
- Lindberg ,Rachel & Brown , D. (2020). A Model for Effective Asynchronous Online Discussion within the Community of Inquiry Framework, Journal for Research and Practice in College Teaching, 5(1),126-151.
- Luenendonk ,Martin. (2019). Idea Generation and Problem Solving Using SCAMPER Technique, <https://www.cleverism.com/idea-generation-problem-solving-using-scamper-technique/> 12 /4/2020
- Medrano ,Natalia.,Cañamares, María & Pascual, Cristina. (2020). The impact of marketing innovation on companies' environmental orientation, Journal of Business & Industrial Marketing,35(1),1-12.
- Midgley ,[David F.](#) (2015). *Innovation and New Product Marketing (RLE Marketing)*, British Library ,Rutledge.
-

- Motyl ,Barbara & Filippi ,Stefano . (2014). *Comparison of creativity enhancement and idea generation methods in engineering design training*, Masaaki. Kurosu, *Human-Computer Interaction*, Switzerland, Springer.
- Nilson ,[Linda](#). (2013). *Creating Self-Regulated Learners Strategies to Strengthen Students. Self-Awareness and Learning Skill*, Virginia, Stylus Publishing, LLC.
- Oh, [Eunjung.](#), Huang, Wen-Hao David., Mehdiabadi, Amir Hedayati& Ju , Boreum .(2018). Facilitating critical thinking in asynchronous online discussion: comparison between peer- and instructor-redirection, [Journal of Computing in Higher Education](#), 30(6),489-510.
- Ozyaprak ,Melodi. (2016). The Effectiveness of SCAMPER Technique on Creative Thinking Skills, *Journal for the Education of Gifted Young Scientists*, 4(1), 31-40.
- Ryan ,Rachel .(2013). *The Effect of Online Discussion Forums on Student Learning and Student Perception of Learning in a Science Course at the Community College Level*, Ph.D., Southern Mississippi University.
- Serrat ,Olivier. (2017). *The SCAMPER Technique*, [Knowledge Solutions](#), Springer Link,311-314.
- Sharon, Purchase & Thierry, Volery.(2020). Marketing innovation: A systematic review, *Journal of Marketing Management*, 36(9), 763-793.
- Sullivan ,Ronald E., Roach ,Pamela J. (2019).*Marketing Innovation, Breakthrough Marketing Technology*, Jersey City, NJ.
- Tatiana, Baranovskaya .(2015). Self-Regulation Skills: Several Ways of Helping Students Develop Self-Regulated Learning, *Journal Language and Education*,1(2),56-64.
- Toraman ,Sinem & Altun ,Sertel .(2013). Application of the six thinking hats and SCAMPER techniques on the 7 grade course unit "Human and environment":An exemplary case study, *Mevlana International Journal of Education (MIJE)*, 3(4),.166-185.
- Ungerma ,Otakar., Jaroslava ,Dedkova. ,& Katerina Gurinova. (2018). The Impact of Marketing Innovation on the Competitiveness of Enterprise the Context of Industry, *Journal of Competitiveness*, 10(2),132-148.
- wilton, Lesley&Brett, Clare. (2020). *Handbook of Research on Online Discussion-Based Teaching Method*, United States, IGI Global.
- Yohn ,[Denise Lee](#). (2019). Why Great Innovation Needs Great Marketing. <https://hbr.org/2019/02/why-great-innovation-needs-great-marketing>, 15 /4/2020.

---

## The Effect of Online Discussions Based on Idea Generation Strategy (Scamper) on Developing Innovative Marketing Concepts and Self- Regulation Skills for Commercial High school Students

**Dr. Hanan EL Sayed Abd El Rhaman Alhagry**

Assistant Professor of Curricula and Teaching Methods,

The Faculty of Education- Helwan University

### **Abstract :**

The study investigated The Effect of Online Discussions based on Idea generation strategy (Scamper) on developing Innovative Marketing concepts and Self- Regulation skills for Commercial high school students. The researcher constructed check list of Innovative Marketing concepts (21) main concepts and (43) sub concepts. The tools used were a cognitive test of Innovative Marketing concepts and self- regulation skills scale. The Sample consisted of (36) students and divided in to Two experimental groups. The tools of the study were administered after and before the experiment. Results showed there was a statistically significant difference between the mean scores of the first experimental group students and second experimental group students on the post Innovative Marketing cognitive test in favour of the first experimental group . Another statistically significant difference existed between the mean scores of the first experimental group students and second experimental group students on the post self- regulation skills scale in favour of first experimental group. Finally the study recommended re-directing and re-organizing the different curricula and subjects in commercial schools with the aim of developing student's self-regulation skills, Innovative Marketing concepts and using different strategies to develop them.

**Key words:** Online Discussions, Scamper Strategy, Innovative Marketing, Self-Regulation Skills.