

قسم التربية

## آليات بناء السمعة التنظيمية للجامعات المعاصرة (دراسة تحليلية)

بحث مقدم استكمالاً لمتطلبات الحصول على درجة دكتوراه الفلسفة في التربية  
تخصص (التربية المقارنة والإدارة التعليمية)

إعداد

أسماء شعبان علي حمادة

إشراف

أ.د/ منى محمد الحرون  
أستاذ أصول التربية  
كلية التربية جامعة مدينة السادات

أ.د/ نهلة عبدالقادر هاشم  
أستاذ التربية المقارنة والإدارة التعليمية  
كلية التربية جامعة عين شمس

٢٠٢١م - ١٤٤٣هـ

## مقدمة:

تعد سمعة الجامعة من أهم الأصول التي تمتلكها والتي تساعد الجامعات على إثبات مكانتها وتحافظ على بقائها وتميزها وتحقيق الميزة التنافسية لها، وذلك من خلال قيام الجامعة بمجموعة من الأنشطة والعمليات التي تحقق رضا الجهات المستفيدة من عاملين وطلاب والمجتمع المحلي. فالسمعة إحدى القيم الجوهرية التي تسعى المنظمات إلى تحقيقها سواء كانت حكومية أو خاصة، إنتاجية أو خدمية، محلية أو دولية، وهي ترتبط بهوية المنظمة وثقافتها وشخصيتها وصورتها، ويرتبط بناء السمعة الجيدة لأي منظمة بعدة عوامل كالكفاءة التي تؤدي بها المنظمة أعمالها، والجودة التي تقدم بها خدماتها، وكذلك اتصالها وعلاقتها مع المجتمع ومؤسساته والدور الاجتماعي الذي تقوم به في خدمة مجتمعها<sup>(1)</sup>. وعلى ذلك تمثل السمعة التنظيمية المورد الرئيسي الذي يعكس مدى تقدم المنظمة والتي تؤثر على أدائها ككل وتجعلها قادرة على تمييز نفسها من بين الآخرين والمنافسة الجيدة، كما أنها تحسن من صورة المنظمة وزيادة الولاء وقيم التسامح للتفوق في الأداء المستقبلي<sup>(2)</sup>.

## مشكلة البحث:

تعاني الجامعات المصرية من العديد من المشكلات والتي مست جوهرها وأثرت في جميع جوانبها، الأمر الذي أدى إلى ضرورة تطويرها والارتقاء بجودتها ونوعيتها، باعتبارها أساس إصلاح المجتمع ووسيلة تقدمه ونمائه وتعود العديد من هذه المشكلات إلى ضخامة الأعباء الملقاه عليها، وضعف قدرة الأنظمة على تحقيق التوافق بين فلسفتها وواقع تطبيقها من ناحية، وبين الإمكانيات المتاحة بها وحاجات المجتمع وتطلعاته<sup>(3)</sup>.

وقد أكدت بعض الدراسات أن هناك بعض مظاهر القصور في أبعاد السمعة التنظيمية بالجامعات المصرية والمتمثلة في (جودة الخدمة التعليمية، المسؤولية الاجتماعية والإبداع التنظيمي)، وتعد جامعة مدينة السادات من ضمن الجامعات المصرية، ومن ثم تجمعهم مجموعة من الخصائص المشتركة، من أهمها قانون تنظيم الجامعات الذي يحكم العمل فيهم جميعاً، كما إن هناك تماس كبير بينهم أيضاً في البني التنظيمية والإدارية، ومن ثم بينهم الكثير من المشكلات المشتركة.

ومن أبرز المشكلات المتعلقة بجودة الخدمة التعليمية ضعف الاستخدام الأمثل للموارد المادية والعينية المتاحة بما يؤثر على جودة العملية التعليمية، وكذلك ضعف الربط بين المناهج ومتطلبات البحث العلمي، وضعف العلاقة بين التخصصات المتاحة للطلاب واحتياجات سوق العمل المحلي والخارجي، بالإضافة إلى الكثافة الطلابية وما يترتب عليها من آثار سلبية كضعف القدرة الاستيعابية للطلاب، وعجز المعامل والمكتبات عن القيام بدورها التعليمي والبحثي، وغياب الهياكل الوظيفية للأقسام العلمية وعلاقتها بالأعباء التعليمية مما يدعو إلى ضرورة التوجه نحو ضمان الجودة والذي يعنى ضرورة تحقيق جودة عالية في التعليم العالي من أول مرة وبدون أخطاء<sup>(4)</sup>، ومن ثم تتعدد المشكلات التي تقف أمام تحقيق جودة الخدمات التعليمية بالجامعات المصرية فمنها مشكلات اقتصادية والتي تتعلق بنقص الموارد المالية المخصصة للجامعات من

<sup>1</sup> ( أحمد فاروق رضوان (٢٠١٦). تطور دراسات العلاقات العامة وإدارة سمعة المنظمة: تحليل من المستوى الثاني للبحوث المنشورة خلال الفترة من عام ٢٠٠٠ إلى ٢٠١٥ م، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، كلية الإعلام جامعة القاهرة، العدد (٥٥)، ص ١.

<sup>2</sup> Höflinger, Patrick J. & others (2018). Reputation for Technological Innovation: Does it Actually Cohere with Innovative Activity?, *Journal of Innovation & Knowledge*, Vol.(3), P.27.

<sup>3</sup> علاء زهير عبد الجواد (٢٠١١). مشكلات التعليم الجامعي (الطلبة، وأعضاء هيئة التدريس، وإدارة الجامعة، والبحث العلمي، والترقية) الأكاديمية لدى أعضاء الهيئة التدريسية في الجامعة. "مؤتمر الرؤيا المستقبلية للنهوض بالبحث العلمي في الوطن العربي"، المنظمة العربية للتنمية الإدارية، الأردن، ص ٢٧٠.

<sup>4</sup> ( محمد حسنين طه (٢٠١٤). قياس جودة الخدمة التعليمية المقدمة من الجامعات المصرية: مدخل القياس المقارن، المجلة العلمية للدراسات التجارية والبيئية، جامعة قناة السويس-كلية التجارة بالاسماعيلية، المجلد (٥)، العدد (٢)، ص ٢٣١.

الدخل القومي العام، وهناك مشكلات اجتماعية تتمثل في ضعف استجابة الجامعات للمتطلبات المجتمعية على المستوى الكيفي والكمي، وأخرى سياسية تتمثل في انعزال الجامعة عن الفكر السياسي، وثقافية تتمثل في ضعف مشاركة الجامعات في تنمية ثقافة المجتمع<sup>(٥)</sup>.

كما يظهر قصور الجامعات في القيام بمسؤولياتها الاجتماعية تجاه المجتمع والتي تمثل أحد أبعاد السمعة التنظيمية في ضعف مراقبة الجامعات لمشكلات المجتمع ورصدها ودراستها وطرح البائل لعلاجها، وضعف تحويل خلاصة المعارف التكنولوجية والعلمية التي تتوصل إليها الجامعات إلى منتجات وخدمات تخدم المجتمع، بالإضافة إلى ضعف ربط الخريجين بكلياتهم وجامعتهم من خلال روابط الخريجين، وقلة توفير وسائل دخل إضافية للجامعات من خلال الأنشطة والخدمات الاستشارية والبحثية والتدريبية، وضعف تنشيط العلاقة مع مؤسسات المجتمع المدني من خلال الاتحادات والروابط والمنظمات والجمعيات الأهلية، فضلا عن ضعف وضوح مفهوم خدمة وتنمية المجتمع والبيئة لدى أعضاء هيئة التدريس<sup>(٦)</sup>، بالإضافة إلى ضعف تبني الجامعات لخطة استراتيجية واضحة لتنمية المسؤولية الاجتماعية، وتعدد الإجراءات الإدارية لتطبيق برامج المسؤولية الاجتماعية للجامعات، وغياب الكوادر المتخصصة للقيام ببرامج المسؤولية الاجتماعية، والافتقار للبيئة المادية الملائمة، وانعزال الجامعة عن المجتمع ومؤسساته، بالإضافة إلى ضعف تبني الجامعات للقيم والاتجاهات والمهارات المرتبطة بالمسؤولية الاجتماعية<sup>(٧)</sup>.

كما أوضحت بعض الدراسات السابقة العديد من المعوقات والمشكلات التي تعوق تحقيق الإبداع التنظيمي بالجامعات كدراسة (نهلة هاشم، سليمان محمد، وائل القطان) والتي أفادت بوجود معوقات إدارية ومالية وتنظيمية تحد من قدرة الإدارة، وتدني مستوى مشاركة العاملين في صنع القرارات، وضعف قياس وتقويم الأداء وتقديم التغذية الراجعة ومواكبة الثقافة التنظيمية، بالإضافة إلى غموض الرؤية الاستراتيجية طويلة الأجل للتعليم في مصر<sup>(٨)</sup>، ودراسة (محسن دهشان، ٢٠١٤) والتي أفادت بوجود قصور في تفعيل دور العاملين في تطوير الجامعة بالإضافة إلى ضعف تحفيزهم ومكافأتهم لتقديم الأفكار الإبداعية والعلاجية الجديدة، كما أن عدم رضا العاملين عن بعض القرارات الخاصة بأدائهم نتج عنه عدم الاستقرار النفسي لديهم، ومن ثم سعيهم نحو النجاح الشخصي عوضاً عن الجماعي<sup>(٩)</sup>، وأضافت (دراسة كمال محمد، ٢٠١٦) افتقار الجامعات المصرية لاستراتيجية محددة تحديداً جيداً للبحث والتنمية والإبداع والابتكار، كما تعاني من ضعف في قدرتها بمجال العلوم الأساسية إضافة إلى أن إدارتها لعمليات البحث والابتكار غير كافية وغير منسقة<sup>(١٠)</sup>.

ومن خلال ما سبق فنجد العديد من المشكلات المتعلقة بأبعاد السمعة التنظيمية والتي تؤثر سلباً على سمعة الجامعات ولذلك كان ولا بد على الجامعات الحكومية الاهتمام بزيادة جودة خدماتها لتلبي احتياجات الطلاب والمجتمع المحيط لأن ذلك سيكون بمثابة مؤشر على حسن سمعتها وكذلك القيام بمسؤولياتها الاجتماعية وتحقيق الإبداع التنظيمي بها..

وعلى ذلك يمكن تحديد مشكلة الدراسة في السؤال الرئيس التالي:

كيف يمكن بناء السمعة التنظيمية للجامعات المصرية

ويتفرع من هذا السؤال الأسئلة الفرعية التالية:

(٥) أحمد محمد عبد العزيز (٢٠١٣). استراتيجية مقترحة لتحقيق التميز في جودة الخدمات المقدمة لطلاب كلية التربية بالجامعات المصرية باستخدام نموذج SERVQUAL، مجلة كلية التربية، جامعة عين شمس - كلية التربية، العدد (٣٧)، الجزء (١)، ص ٥٣٧.

(٦) محمد محمدي مخلص (٢٠١٨). تصور مقترح للمتطلبات الهيكلية والتنظيمية بالجامعات المصرية للقيام بمسؤوليتها المجتمعية في ضوء خبرة الولايات المتحدة الأمريكية، مجلة كلية التربية، جامعة المنوفية - كلية التربية، المجلد (٣٣)، العدد (٢)، ص ١٣٣-١٣٤.

(٧) أماني عبد القادر شعبان (٢٠١٦). تصور مقترح لتفعيل دور الجامعات المصرية في تنمية المسؤولية الاجتماعية في ضوء متطلبات إقتصاد المعرفة، مجلة كلية التربية، جامعة كفر الشيخ - كلية التربية، المجلد (١٦)، العدد (٥)، ص ٥٣-٥٤.

(٨) نهلة عبد القادر هاشم، سليمان عبد ربه محمد، وائل محمود القطان (٢٠١٦). إدارة الأداء بالمدرسة الثانوية العامة في جمهورية مصر العربية: دراسة تحليلية، مجلة كلية التربية في العلوم التربوية، كلية التربية جامعة عين شمس، المجلد (٤٠)، العدد (١)، ص ٧٩-٨٠.

(٩) محسن دهشان (٢٠١٤). تطبيقات إدارة المعرفة الرقمية في تحسين الثقافة التنظيمية بالجامعة. "مؤتمر آفاق في تكنولوجيا التربية"، يومى ٦-٧ أغسطس ٢٠١٤، ص ٣٠.

(١٠) كمال عبد الوهاب محمد (٢٠١٦). تصور مقترح لإدارة رأس المال الفكري بمؤسسات التعليم العالي في مصر في ضوء تجربة دول الاتحاد الأوروبي، مجلة الإدارة التربوية، الجمعية المصرية للتربية المقارنة والإدارة التعليمية، العدد (١٠)، السنة (٣)، ص ٢٩-٣٠.

١. ما الأسس النظرية للسمعة التنظيمية وآليات بنائها للجامعات المعاصرة؟
٢. ما الإجراءات المقترحة لبناء السمعة التنظيمية بالجامعات؟

#### أهداف البحث:

يهدف البحث الحالي إلى:

١. التعرف على الأسس النظرية للسمعة التنظيمية وآليات بنائها للجامعات المعاصرة.
٢. التعرف على الإجراءات المقترحة لبناء السمعة التنظيمية بالجامعات

#### حدود البحث:

يركز البحث الحالي على دراسة السمعة التنظيمية بأبعادها (المسؤولية الاجتماعية، الإبداع التنظيمي، جودة الخدمة التعليمية)

#### مصطلحات البحث:

-حددها كلاً من (ماجكين شولتز، ماري جوهاتش، موغانس لارسن): على أنها "مجموع إدراكات الخارجين حول الصفات البارزة لها، وهي تعكس الاحترام الذي تتمتع به المنظمة من قبل مساهميها المتعددين" (١١).

عبر عنها: كارينتر (Carpenter, D., 2010): بأنها مجموعة من المعتقدات حول المنظمة تعبر عن القدرات والنوايا وتاريخ المنظمة التي يعبر عنها شبكة متعددة من أصحاب المصالح (١٢).  
وتعرفها الدراسة الراهنة بأنها:

الانطباعات و الآراء التي تتشكل لدى المستفيدين، من داخل الجامعة و من خارجها بناء على تقييمهم لمدى اهتمام الجامعة بهم من خلال أدائها لمسئوليتها الاجتماعية واهتمامها بالإبداع التنظيمي وجودة الخدمة التعليمية بهدف إشباع احتياجاتهم و رغباتهم وتوقعاتهم فيما تقدمه لهم من خدمات وأنشطة .

منهج البحث: استخدم البحث الحالي المنهج الوصفي نظراً لملائمته لطبيعة البحث، حيث جمع بيانات وتنظيمها مفصلة حول ظاهرة موجودة بالفعل لدى مجتمع معين، وتحديد المشكلات وتوضيحها وإجراء مقارنات لبعض المشكلات وتقويمها وذلك من أجل إيجاد العلاقات القائمة بينها، وتحديد ما يفعله الآخرون في الظاهرة محل الدراسة للاستفادة من آرائهم وخبراتهم في وضع تصورات مستقبلية وخطط مقترحة واتخاذ القرارات الملائمة لمواقف مستقبلية (١٣)

#### خطوات البحث:

١. تحديد الإطار العام للبحث الذي يتضمن : المقدمة-مشكلة البحث-حدود البحث-أهداف البحث-أهمية البحث.

٢. تحديد الأطر النظرية للسمعة التنظيمية وآليات بنائها للجامعات المعاصرة.

٣. التوصل إلى إجراءات مقترحة لبناء السمعة التنظيمية للجامعات.

#### مصادر البحث:

١. المعاجم والقواميس.

٢. الكتب العربية والأجنبية.

٣. الدوريات العلمية.

(١١) ماجكين شولتز، ماري جوهاتش، موغانس لارسن (ترجمة: رياض الأبرش) (٢٠٠٤). المنظمة المعبرة الهوية، السمعة والعلامة التجارية للشركة، الرياض، العبيكان، ص ١٢٩.

(١٢) Carpenter, D. (2010). Reputation and Power, Princeton University Press, Princeton, P.33.

(١٣) مجدي صلاح المهدي (٢٠١٩). مناهج البحث التربوي، القاهرة، دار الفكر العربي، ص ٢٠١٨.

## وبناء على ما سبق يتضمن البحث الأجزاء التالية:

. أولاً: السمعة التنظيمية للجامعة وآليات بنائها:

١. أهمية وفوائد السمعة التنظيمية للجامعات:

- تمثل السمعة التنظيمية للجامعة أهمية كبيرة تعود عليها بالعديد من الفوائد والتي تنعكس على صورتها ووضعها التنافسي ويمكن تناول تلك الأهمية فيما يلي:
- ذات تأثير قوي على نجاح الجامعات وكذلك على سلوك المستفيدين منها، وتساهم في تطوير سلوكيات أفرادها مما يعطيها القدرة على الاستمرارية في ظل الظروف التنافسية<sup>(١٤)</sup>.
  - تساعد على جذب أفضل المواهب من بين الطلاب والأساتذة إلى المؤسسات التعليمية ذات السمعة الطيبة، وجذب الاستثمارات وضمان المناصب العليا في التصنيفات العالمية من الجامعات الرائدة<sup>(١٥)</sup>.
  - تمثل سمعة المنظمة نهج إداري وأكاديمي يجب الاهتمام به، كما أنها مورد وقيمة للمنظمة ومصدر ميزتها التنافسية وتعد محرك لا يستهان به في الأداء الاقتصادي للمنظمة كما أنه تمثل مكوناً أخلاقياً للعمل اليومي للعاملين بالمنظمة<sup>(١٦)</sup>.
  - يمكن استخدام السمعة التنظيمية لتحقيق التنافس والجودة و الأداء المتميز، فالسمعة القوية للجامعة تعني جامعة قوية تقوم على أهداف واضحة ومنهج عملي قابل لتقييم الأداء الداخلي والخارجي للجامعة، فالجامعات التي لا تحافظ على تميز أدائها وجودة مخرجاتها لن تحظى بسمعة جيدة، والذي بدوره سينعكس على مدى ثقة الطلاب الدارسين والمجتمع بها كما أن ذلك سيخرجها من التصنيفات العالمية للجامعات والتي لم تحظى الجامعات العربية بنصيب منها<sup>(١٧)</sup>.
  - مصدرًا مهما لتحقيق العلامة التجارية الناجحة من خلال الاهتمام بجودة الخدمة والابتكار في تلبية احتياجات العميل وتوقعاتهم، وتقديم معلومات حول السلوك المستقبلي المتوقع مما يجعل المنظمة قادرة على استخدام سمعتها للسيطرة على السوق وتوظيف أفضل المواهب وتعزيز الوصول لرأس المال البشري فجودة اليوم هي سمعة الغد فنثقافة الجودة تعزز من سمعة المنظمة<sup>(١٨)</sup>.

<sup>١٤</sup> ( ) هند ناصر عقيلات(٢٠١٩). أثر الرشاقة الاستراتيجية على السمعة الجامعية في الجامعات الأردنية الخاصة، مجلة كلية التربية، جامعة أسسوط - كلية التربية، المجلد(٣٥)، العدد(٩)، ص٦٤٥.

<sup>١٥</sup> ) Reznik , S. D. & Yudina, T. A. (2018).Key Milestones In The Development of Reputation Management (١٥) In Russian Universities, **European Journal of Contemporary Education** ,Vol.(7),No.(2), P.381.

<sup>١٦</sup> ) Helm ,Sabrina (2011). **Corporate Reputation: An Introduction to a Complex Construct**,in(Reputation Management ,Editors: Helm ,Sabrina&others), Springer Science & Business Media, P.4.

<sup>١٧</sup> ( ) نجاح القبلان(٢٠١٧).سمعة المؤسسات الأكاديمية ودورها في دعم التخصصات العلمية:دراسة لسمعة قسم المكتبات والمعلومات بجامعة الأميرة نورة بنت عبد الرحمن بالمجتمع وبناء استراتيجية لتعزيزها،الاتحاد العربي للمكتبات والمعلومات،العدد(١٩)، ص٨٩.

<sup>١٨</sup> ) Dahlgaard-Park ,Su Mi (2015). **The Sage Encyclopedia of Quality and The Service Economy**, in(Organizational Reputation ,Editor: Dahlgaard-ParkC ,Su Mi), Sage Publications,P.2.

○ السمعة ذات أهمية كبيرة للمنظمات سواء كانت تجارية أو حكومية أو غير هادفة للربح وذلك لتحقيق أهدافها والحفاظ على المنافسة والازدهار كما أنها تمهد الطريق لقبول وموافقة أصحاب المصلحة<sup>(١٩)</sup>

## ٢. سمات الجامعات جيدة السمعة.

تتسم الجامعات ذات السمعة الجيدة بسمات معينة تجعلها تختلف عن الجامعة ذات السمعة الأقل مستوى، ولعل من أبرز هذه السمات ما يلي<sup>(٢٠)</sup>:

- جودة البحث الأكاديمي، فالجامعات المتميزة وذات السمعة الجيدة تقودها الأبحاث، الالتزام بالتدريس والحصول على تقييمات جيدة لجودة التدريس.
- قدرة الجامعة على الحفاظ على النظام، والحفاظ على موقفها المالي لجذب أفضل العاملين، والتمتع بمرافق جذابة وتطورات مادية مذهلة التي تعد أحد مظاهر الطموح والثقة بالجامعة
- اجتذاب أفضل المواهب الطلابية، وتحديد سياسات قبول عالية وتنافسية بالنسبة للجامعات.
- أن ينظر للجامعة على أنها ماهرة سياسياً وأن يكون لها دور فعال في الدوائر السياسية.
- الحصول على ترتيب في التصنيفات العالمية للجامعات .

كما أن سمعة الجامعات تمثل أيضاً مؤشراً للرأي العام حول الجودة، وتتمثل أساس سمعة الجامعات في (جودة التعليم، مستوى عال من النشاط البحثي /المسؤولية الاجتماعية للجامعة)، مع الأخذ في الاعتبار حقيقة أن سمعة الجامعة هي مزيج من الارتباط بالخبرة والتعليقات من الطلاب وأصحاب العمل والأصول الملموسة، كما أنها جزءاً من عملية التخطيط الاستراتيجي<sup>(٢١)</sup>.

## ٣- نماذج السمعة التنظيمية:

توجد العديد من النماذج التي تناولت سمعة المنظمة ومن خلال هذه النماذج تظهر أبعاد متعددة للسمعة ويمكن تناول بعض من هذه النماذج كما يلي:

### أ. نموذج كورت رايت وسمد (Courtright & Smudde, 2009) :

اهتم هذا النموذج بدور الاتصالات في بناء سمعة المنظمة وتتكون سمعة المنظمة وفقاً لهذا النموذج من الأبعاد التالية<sup>(22)</sup>:

- **هوية المنظمة:** وتتكون من التجارب السابقة والحالية مع المتعاملين وأصحاب المصالح، وتؤثر الهوية على تصورات أصحاب المصالح والجمهير الخارجية وتعتمد على المكونات التالية لتحقيق سمعة المنظمة (درجة الإبداع، أنواع الإبداعات، تصورات عن المنظمة المبتكرة)

<sup>(١٩)</sup> Watson, Tom & Kitchen, Philip J.(2010). **Reputation Management, Corporate Image and Communication**,in( Strategic Marketing Management, Editors: Moutinho, Luiz & Southern ,Geoff) , Cengage learning,P.378.

<sup>(20)</sup> Roberts, David(2009). **Reputation Management for Education A Review of the Academic & Professional Literature**, The Knowledge Partnership, Pp.40-43.

<sup>(٢١)</sup> V.A.,Zyryanova (&) others(2020). Developing a Model of Strategic University Reputation Management in the Digitalization Period in Education." **International Scientific Conference "Digitalization of Education: History, Trends", and Prospects" (DETP 2020)**. Advances in Social Science, Education and Humanities Research, Vol.(743),P.726.

<sup>(22)</sup> Courtright, Jeffrey L. & Smudde, Peter M.(2009). Leveraging Organizational Innovation for Strategic Reputation Management, **Corporate Reputation Review**, Vol.(12),No.(3),P.251.

- **توقعات أصحاب المصالح:** فالثقافة التنظيمية لها دور في فهم ومعرفة تصورات أصحاب المصالح الداخليين والخارجيين، وتساعد في فهم ومعرفة آراء وسلوكيات الجمهور الداخلي والخارجي، وفيما يتعلق بالجمهور الخارجي يجب أن تؤدي السمعة إلى الفوائد المرجوة والقدرة التنافسية ومن ثم يجب إدراج الإبداع من خلال التخطيط الاستراتيجي في كافة أنشطة المنظمة.
  - **تصميم الرسائل:** وهي العمود الفقري في إنشاء وصيانة الهوية والثقافة التنظيمية والصورة الخارجية وبناء السمعة ويجب أن ترتبط بالإبداع داخل المنظمة لبناء السمعة، وهنا يتم مراعاة الجمهور والمحتوى اللفظي والمرئي ومنصة الرسائل.
  - **المساهمون الخارجيون:** ويتأثر المساهمون الخارجيون بالمساهمين الداخليين من خلال التفاعل مع رسالة المنظمة ونشرها، حيث يتأثر الجمهور الخارجي بالرسائل التنظيمية، حيث التأثير المباشر من خلال الثقافة التنظيمية بسبب ردود أفعالهم تجاه هذه الرسائل وسلوكياتهم تجاه المنظمة، والتأثير بشكل غير مباشر على الجماهير الداخلية من خلال وسائل الاعلام.
  - **إدارة العلاقات العامة والموارد البشرية والتسويق والإعلان:** ويتم الاهتمام بالسمعة من خلال الاهتمام بالإبداع والابتكار بالمنظمة.
- وفقاً للنموذج السابق فإن السمعة التنظيمية للجامعة من الممكن أن تتأثر بالهوية التنظيمية المتكونة من خلال التعاملات والتجارب الماضية مع الجامعة، بالإضافة إلى توقعات أصحاب المصالح من الطلاب وأعضاء هيئة التدريس والمجتمع، وتأثر المساهمون الخارجيون كوسائل الإعلام بآراء أصحاب المصالح، والدور الذي تقوم به إدارة العلاقات العامة والموارد البشرية في الاهتمام بتنمية الإبداع وتنمية فرص تعلم مناسبة للطلاب، كلها عناصر تساهم في مساعدة الجامعة على تعزيز سمعتها.
- ب. نموذج بونزي ليونارد (Ponzi, J. Leonard, 2011) :**
- وفقاً لهذا النموذج تقاس سمعة المنظمة من خلال مجموعة من الأبعاد (٢٣):
- **الإعجاب والاحترام:** ويتحقق ذلك الشعور لدى الأفراد من خلال أنشطة المنظمة في مجال تقديم المنتجات والخدمات ذات الجودة العالية وتمتعها بالأخلاقيات في كافة ممارساتها.
  - **الثقة بالمنظمة:** فالمنظمة تكسب ثقة الآخرين حينما تتفوق على المنافسين في خدمة الجهات المستفيدة والمجتمع من خلال أنظمتها وسياساتها وبرامجها، كما أن المنظمات التي لديها تاريخاً حافلاً بالتجارب الناجحة والصدق والشفافية فهي محل ثقة لكافة المستفيدين وأصحاب المصالح.
  - **الشعور بامتلاك المنظمة سمعة شاملة جيدة:** وتستطيع المنظمة خلق هذا الشعور عن السمعة الجيدة والإيجابية لدى الآخرين من خلال ممارساتها وأنشطتها ومساهماتها في خدمة المجتمع، وتكوين صورة إيجابية لدى الآخرين.
  - **الشعور الجيد نحو المنظمة:** وتتكون المشاعر الجيدة نحو المنظمة من خلال قدرتها على التميز والشهرة والإدارة الجيدة والأداء الجيد والاهتمام بتحقيق المنافع لكافة أصحاب المصالح والجهات المستفيدة.

### ج. نموذج دراسة كايث وسيفا (Kiyat & Sefa,2013) :

ووفقاً لهذا النموذج تم تناول السمعة التنظيمية من خلال الأبعاد التالية<sup>(٢٤)</sup>:

- جودة المنتجات والخدمات:** فسمعة المنظمات تستند على منتجاتها وخدماتها حيث تقديم منتجات وخدمات عالية الجودة وذات قيمة جيدة بالإضافة إلى التطوي المستمر للمنتجات والخدمات.
- القيادة ذات الرؤية:** من خلال تمتع المنظمة بقيادة قوية، ولديها رؤية واضحة لمستقبلها، وتعترف بفرص السوق وتستثمرها.
- إدارة بيئة العمل بشكل جيد:** هذا يتحقق من خلال أن تكون المنظمة مكان جذاب للعمل، وبها موظفين على مستوى عالي من الجودة في الأداء.
- الأداء المالي:** من خلال تمتع المنظمة بسجل قوى من الربح، ولديها إدارة منخفضة المخاطر، وتميل إلى التفوق على منافسيها وتتطلع المنظمة للنمو المستقبلي.
- المسؤولية الاجتماعية للمنظمة:** فالمنظمة تكون مسؤولة بيئياً وتدعم القضايا الجيدة وتحافظ على معايير عالية في الطريقة التي تتعامل بها مع الأفراد.
- النداء العاطفي:** من خلال شعور أصحاب المصالح بالإعجاب بالمنظمة ويحترمونها ويتقنون بها.

### ٤- أبعاد السمعة التنظيمية:

لكي يتم تعزيز السمعة التنظيمية للجامعات، وإدارتها على النحو الذي يحقق للجامعة أهدافها ورؤيتها المستقبلية ورسالتها، فإن أولى الخطوات لذلك هو تحديد أبعاد السمعة التنظيمية والمضامين الأساسية لها، وعلى ذلك سيتم تناول أبعاد السمعة التنظيمية للجامعات على النحو التالي :

#### أ. المسؤولية الاجتماعية للجامعات:

فالمسؤولية الاجتماعية للجامعة تتمثل في الإدارة على أساس أفضل الممارسات العملية وتشكيل المواقف المرغوبة اجتماعياً بين أصحاب المصلحة خاصة بين الطلاب، ولذلك يجب تضمين المسؤولية الاجتماعية في مهمة واستراتيجية كل جامعة، بحيث ترتبط المسؤولية الاجتماعية للجامعة بأهداف كضمان جودة عالية للتعليم، ونقل المعرفة إلى الاقتصاد لتحفيز نموها، وتنفيذ استراتيجيات فعالة موجهة للطلاب والمحاضرين وغيرهم من موظفي الجامعة وإزالة الحواجز الاجتماعية<sup>(٢٥)</sup>.

#### (١). أبعاد المسؤولية الاجتماعية:

هناك عدة أبعاد للمسؤولية الاجتماعية حيث تناولها (محمد فلاق، ٢٠١٩) في أربعة أبعاد تتمثل في البعد الخيري والأخلاقي والقانوني والاقتصادي، كما حددها كارول (Carroll, 1991)<sup>(٢٧)</sup> في البعد القانوني والبعد الأخلاقي والبعد الاجتماعي والبعد الإنساني، ويمكن تناولهم كما يلي:

(24) Kiyat , Banu Dayanç & Sütçü, Cem Sefa(2013). **Research on Measuring Perceptions of Reputation in the Health Sector through Social Media**, in (New Challenges, New Opportunities: Interdisciplinary Perspectives on Reputation Management, Editors: Baybars-Hawks, Banu & Samast, Orhan), Turkey: Reputation Management Institute , Pp.21-22.

(25) Anna, Grześ & Marek ,Kruk (2017). Social Responsibility of Universities: The Case of The Faculty of Economics and Management, University of Bialystok, **Optimum Studia Ekonomiczn Nr**, Vol.( 5), No.(89), Pp.167-168.

(26) محمد فلاق(٢٠١٩). المسؤولية الاجتماعية لمنظمات الأعمال، دار اليازوري للنشر والتوزيع، ص ص ٥٣-٥٤.

(27) Archie B., Carroll (1991). The Pyramid of Corporate Social Responsibility Toward The Moral Management of Organizational Stakeholders, **Business- Horizons**, Vol.(34), No.(4), P.40.

- ❖ المسؤولية الانسانية أو الخيرية: وتتمثل المسؤولية الانسانية في العمل الخيري الذي تقوم به المنظمات بصورة تقديرية أو تطوعية وذلك لانعكاسة على على تحسين سمعة المنظمة ومن ثم تسعى المنظمات إلى ذلك لإثبات مواطنها الصالحة وتحقيق سمعة ومكانة مميزة<sup>(28)</sup>.
- ❖ **المسؤولية الأخلاقية:** وتعنى أن المنظمة تتبنى الأنشطة والقواعد والممارسات والمعايير الأخلاقية في كافة أمورها حتى في الحالات التي لا تقدم فيها القوانين إرشادات أو تملئ ممارسات للعمل وأن تكون مسؤولة عن الاستجابة الكاملة لهذه القواعد والمعايير والقيم والمبادئ بما يتوافق مع حماية الحقوق المعنوية لأصحاب المصلحة<sup>(29)</sup>.
- ❖ **المسؤولية القانونية:** هي التزام وامثال المنظمة بتطبيق القوانين التي تحمي المجتمع، وكسب ثقة الآخرين من خلال التزامها بتنفيذ الأعمال الشرعية وعدم مخالفة القانون وتحديد معايير للسلوك المسؤول ويمكن تقسيم هذه القوانين إلى قوانين تنظم المنافسة، وقوانين حماية المستهلك والقوانين البيئية، والقوانين التي تعزز السلامة والعدالة<sup>(30)</sup>، ويقتضي هذا البعد الالتزام الواعي بالقوانين والتشريعات المنظمة لكافة المجالات بالمجتمع كقوانين حماية البيئة عن طريق منع شتى أنواع التلوث، وصيانة وتنمية الموارد الطبيعية والتخلص من المنتجات بعد استهلاكها<sup>(31)</sup>، والوفاء بجميع الالتزامات القانونية تجاه أصحاب المصلحة في المجتمع وأداء المهام بما يتوافق مع توقعات الحكومة والقانون<sup>(32)</sup>.
- ❖ **المسؤولية الاقتصادية:** ويتطلب الاستخدام الأمثل للموارد حتى تستطيع المنظمة انتاج السلع والخدمات ذات الجودة المرتفعة، كما يقتضي هذا البعد الالتزام بقواعد المنافسة واحترامها وعدم إلحاق الضرر بالمنافسين، إضافة إلى الاستفادة من التقدم التكنولوجي واستخدامه في معالجة الأضرار التي قد تلحق بالبيئة<sup>(33)</sup>.

(28) Archie B.Carroll(2016). Carroll's pyramid of CSR: taking another look, **Carroll International Journal of Corporate Social Responsibility**, Vol.(1),No.(3), P.4

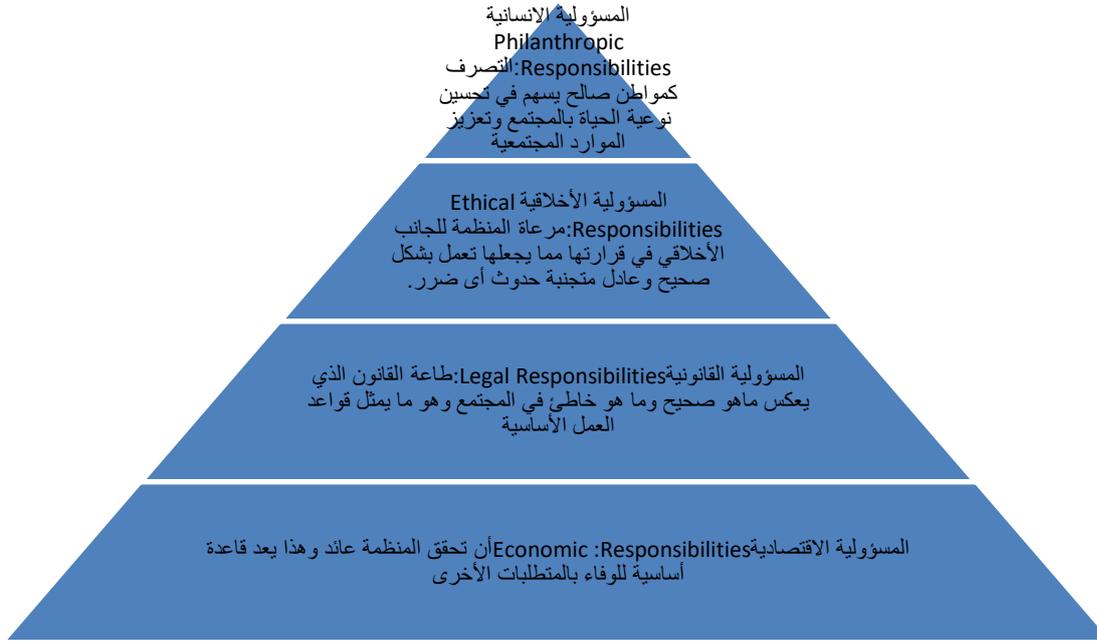
(29) Ibid.P.3

Jucan, Mihaela Sabina(2010). Dimensions and Challenges Of Socail (&) Jucan, Cornel Nicolae (2010). Responsibility, **AnnalesUniversitatis Apulensis SeriesOeconomica**, Vol.(12),No.(1),, Pp.238-239

(31) محمد فلاق(2019). مرجع سابق، ص ٥٤.

(32) Archie B.Carroll (2016). **Carroll's pyramid of CSR: taking another look**, Op.Cit,P.3()

(33) محمد فلاق(2019). مرجع سابق، ص ٥٣.



شكل (١) هرم المسؤولية الاجتماعية لدى كارول

Source: Archie B., Carroll (1991). The Pyramid of Corporate Social Responsibility Toward The Moral Management of Organizational Stakeholders ,Op.Cit,P.42

## (٢). المسؤولية الاجتماعية و السمعة التنظيمية:

ارتبطت سمعة المنظمات بمسؤوليتها الاجتماعية، وذلك لأن عناصرها باتت بمثابة مفاتيح للسمعة التنظيمية، يطور من خلالها علاقة الثقة بين المتعاملين معها كالمستفيدين من الداخل والخارج، والموردين وغيرهم، فبات من المهم قيام المنظمات بنشاطات تعبر عن مسؤوليتها الاجتماعية وذلك لبناء سمعتها، وتعزيز عملية كسبها للزبائن ومن ثم إدارة سمعتها<sup>(٣٤)</sup>.

فالعلاقة بين السمعة التنظيمية والمسؤولية الاجتماعية علاقة إيجابية حيث تعمل السمعة على جذب الكفاءات وزيادة الانتاجية، فالعاملون بالجامعة عندما تقدر اعمالهم على المدى القريب والبعيد فإنهم يبذلون قصارى جهدهم من أجلها، وحينما يشعرون بان إدارة الجامعة لا تفي بوعدها لهم ولا تقوم بمسؤولياتها تجاههم يتجاهلون تطوير العمل وزيادة الكفاءة والإبداع ومن ثم فإن المسؤولية الاجتماعية تقع في قلب سمعة الجامعات وذلك لدورها في توطيد الصلة مع أصحاب المصلحة من خلال تقديم الخدمات بجودة مرتفعة وتلبية مختلف الاحتياجات التي يتوقعونها من وراء تقديم الخدمة بالشكل المناسب، وتقديم كافات الالتزامات الاجتماعية<sup>(٣٥)</sup>.

فالمنظمة إذا اهتمت بالمسؤولية الاجتماعية ونفذتها بطريقة مرضية لجميع الأطراف، سوف تكسب الرأي العام وستشكل الصورة المثلى التي تتمناها المنظمة لنفسها وبالتالي ستكبر المنظمة في أعين جمهورها وستصبح جزءاً إيجابياً وفعالاً في بناء المجتمع وهو ما يؤثر على تكوين سمعة إيجابية<sup>(٣٦)</sup>.

<sup>٣٤</sup> ( ) أيسل حمدي عثمان، بشرى هاشم محمد (٢٠١٥). تأثير المسؤولية الاجتماعية في بناء وإدارة سمعة المنظمات: دراسة استطلاعية تحليلية لأراء عينة من العاملين في مصرفي الراجحي والرشيد، مجلة الإدارة والاقتصاد، الجامعة المستنصرية-كلية الإدارة والاقتصاد، المجلد (٣٨)، العدد (١٠٢)، ص ١١٥.

<sup>٣٥</sup> ( ) مروة محمد عبد العزيز (٢٠١٩). مرجع سابق، ص ٣٦٨، ص ٣٧٠.

<sup>٣٦</sup> ( ) محمد فلاح، أحلام حدو (٢٠١٦). أثر تطبيق ممارسات المسؤولية الاجتماعية في تعزيز سمعة المؤسسة: شركة الاتصالات الخلية العاملة في الجزائر أنموذجاً، ملفات الأبحاث في الاقتصاد والتسيير، جامعة محمد الأول-كلية العلوم القانونية والاقتصادية والاجتماعية-مركز الدراسات والبحوث الإنسانية والاجتماعية، العدد (٧)، ص ٣١١.

فالمنظمات التي لا تقوم بمسؤولياتها الاجتماعية تجاه المجتمع والبيئة تسوء سمعتها وتشوه صورتها لدى أفراد المجتمع كما أن السمعة السيئة تؤثر تأثيراً كبيراً على أداء المنظمات وتنعكس على حصتها السوقية(37).

حيث ينعكس قيام المنظمة بمسؤولياتها الاجتماعية تجاه أصحاب المصلحة (سواء كانوا عاملين بها أو من المجتمع الخارجي) على سمعة المنظمة وصورتها وأدائها وجاذبيتها(38)، فالسمعة التنظيمية والمسؤولية الاجتماعية للمنظمات وجهان لعملة واحدة فالمسؤولية الاجتماعية لها تأثير إيجابي على سمعة المنظمة، ويمثل بناء السمعة من أهم أهداف المسؤولية الاجتماعية للمنظمات(39).

ولذلك يجب على القائمين على إدارة سمعة المنظمة أن يكونوا قادرين على تكوين مؤشرات واضحة وقابلة للقياس لإظهار قدرات المنظمة الحقيقية من خلال القيام بمسؤولياتها المختلفة والاهتمام بتطبيق إشارات القدرة الإيجابية واستخدام استراتيجيات إدارة الظهور لحماية سمعة المنظمة والتي تساهم في بناء سمعتها حيث أن المنظمة التي تتمتع بقدرات عالية وإيجابية تدلل على ارتفاع مستوى أدائها وبالتالي ينظر إليها على أنها ذات قيمة عالية وسمعة قوية وأنها قادرة على الريادة والتنافس(40).

وتستخدم المنظمات المسؤولية الاجتماعية كوسيلة لتحسين سمعتها وصورتها أمام المجتمع الذي تعمل فيه، كما تستخدمها كأداة لتحقيق المنافع الذاتية(41).

ولم يعد تقييم أداء المنظمات وبناء سمعتها يعتمد على الجوانب الاقتصادية وما تحققه من ربح فقط، بل أصبح يركز كذلك على الجوانب الاجتماعية إلى جانب الاعتبارات الأخلاقية وهو ما يعكس توجه الاقتصاد التقليدي نحو مفهوم المسؤولية الاجتماعية(42).

ومن ثم يجب على المنظمات الاهتمام بتطبيق المسؤولية الاجتماعية بكافة أبعادها والمتمثلة في المسؤولية الإنسانية أو الخيرية، والمسؤولية القانونية، والمسؤولية الأخلاقية والمسؤولية الاقتصادية وذلك للارتقاء بدور المنظمة أمام المجتمع والوفاء بكافة التزاماتها تجاهه مما ينعكس على سمعتها أمام الجمهور المستهدف والمستفيدين

#### ب. الإبداع التنظيمي للجامعات:

يمثل الإبداع التنظيمي سلسلة متصلة من العمليات العقلية غير المألوفة التي يقوم بها أفراد ذوى قدرات مميزة عن غيرهم ينتج عنها العديد من الأفكار الجديدة والتي تساعد على إحداث تغيير في بيئة العمل إما من خلال تعديل وضع قائم أو تطويره وإصلاحه بما يساهم في تعديل وضع الجامعة والارتقاء بمستواها التعليمي والبحثي والأكاديمي بما ينعكس على رضا أصحاب المصالح داخلياً وخارجياً ويعزز من سمعتها

#### (1). أبعاد تقييم الإبداع التنظيمي بالجامعات:

(37) محمد يوسف نور الهادي(2019). دور المسؤولية الاجتماعية في تعزيز سمعة المنظمة: دراسة حالة شركة شيكان للتأمين وإعادة التأمين المحدود للعام 2017، مجلة النيل الأبيض للدراسات والبحوث، جامعة النيل الأبيض، العدد(13)، ص 67.

(38) Tara S., Behrend&others(2009). Effects of Pro-Environmental Recruiting Messages: The Role of Organizational Reputation, **Journal of Business and Psychology**, Vol. (24), No. (3),P.342.

(39)Lorenz Walter, Bernd(2013). **Does Corporate Social Responsibility really contribute to reputation?** . in(New Challenges, New Opportunities:Interdisciplinary Perspectives onReputation Management,Editors: Baybars-Hawks, Banu & Samast, Orhan), Turkey: Reputation Management Institute,Pp.55-56.

(40) Mishina, Yuru&others(2012). The Path Dependence of Organizational Reputation:How Social Judgment Influences Assessments of Capability and Character, **Strategic Management Journal**, Vol. (33), No. (5),P.468,P.469.

(41)ريم محمد عبد المنعم(2017). أثر الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية على ممارسات إدارة الأرباح: دراسة إختبارية في الشركات المساهمة المصرية،المجلة المصرية للدراسات التجارية،جامعة المنصورة-كلية التجارة،المجلد(41)،العدد(2)،ص 93.

(42)حنان مبروك درحمن(2018). تقييم ممارسات المسؤولية الاجتماعية في المصارف الإسلامية:دراسة تطبيقية على عينة من المصارف الإسلامية، مجلة جامعة القدس المفتوحة للأبحاث والدراسات،جامعة القدس المفتوحة،العدد(43)،ص ص 106-107.

يتمثل الإبداع التنظيمي بالجامعات في تطوير وتبني واستخدام أفكار جديدة لإنشاء منتجات وطرق وخطط وسياسات وتقنيات جديدة للعاملين بها، ويمكن تقييم الإبداع التنظيمي بالمنظمات وفقاً للأبعاد التالية<sup>(٤٣)</sup>:

- **الإبداع السلوكي:** ويتضمن إيجاد الفرص وتوليد أفكار جديدة (السلوك المرتبط بالإبداع)، ويشمل السلوك نحو تنفيذ التغيير واستخدام المعرفة الجديدة.
- **إبداع المنتج:** ويشمل إنشاء ومتابعة تقديم خدمة المنتج، وهي (نسخة جديدة، أو متقدمة من المنتج أو الخدمات السابقة).
- **إبداع العملية:** وهو تنفيذ طريقة جديدة لتقديم الخدمات (ويتم استخدام تقنيات، معدات، برامج، تكنولوجيا، وأساليب إنتاج وإدارة جديدة).
- **إبداع التسويق:** من خلال التقدم في علم التسويق أو الهندسة أو التكنولوجيا للحصول على كفاءة تسويقية فعالة لزيادة الميزة التنافسية).
- **الإبداع الاستراتيجي:** ويتم من خلال تشجيع التقدم التكنولوجي.

## (٢). الإبداع التنظيمي و السمعة التنظيمية:

للجامعة دور كبير في تحقيق الإبداع التنظيمي وذلك من خلال اهتمامها بالطلاب وأعضاء هيئة التدريس والعاملين والاهتمام بنشر وترويج وتشجيع ثقافة الإبداع من خلال تشجيع المبادرات الإبداعية المختلفة ودعمها وهذا يتطلب وعي من القيادة للقيام بهذا الدور الفعال باعتبارهم الأساس في توجيه الأعمال المختلفة .

وتستطيع الجامعات تحقيق الإبداع بها من خلال اهتمامها بكافة المعلومات حول البيئة التعليمية والتي تؤدي إلى إنشاء معرفة إبداعية تساعد في تطوير حلول جديدة للمشكلات الحالية والمستقبلية خاصة وأن اكتساب المعرفة له علاقة إيجابية بالإبداع التنظيمي، ولذلك لا بد وأن يكون الإبداع التنظيمي جزءاً من ثقافة الجامعات سواء كانت متعلقة بالتدريس أو ابتكار المنتجات (تطوير المناهج الدراسية)، ويتمثل الإبداع أيضاً في استخدام التكنولوجيا والتحسينات المستمرة لمهارات العاملين<sup>(٤٤)</sup>.

وحيث تمثل الجامعات مركز الابتكار والإبداع والذي بدوره يؤثر على مدى النمو والازدهار والتميز الأكاديمي لها، فالجامعات بحاجة إلى تحقيق المزيد من الإبداعات وقيادة التغيير للنمو والمساهمة في تحقيق الرفاهية الاجتماعية وتحقيق الاستدامة والمنافسة الأكاديمية ولذلك يجب على كل جامعة أن تحافظ على السياق الداخلي والخارجي لها من خلال الاهتمام بالإبداع التنظيمي وأن تعي ضرورة أن تكون مرنة بما يكفي لإدخال الإبداعات والتكيف مع القوى البيئية المحيطة<sup>(٤٥)</sup>.

كما أن الإبداع التنظيمي من أهم الركائز التي تدعم مركز الجامعات، وأصبح تطبيقه ضرورة لا غنى عنها بالجامعات، فلن تستطيع الجامعات المحافظة على سمعتها وتحسينها ما لم تتضمن استراتيجياتها التدقيق المستمر للإبداع والابتكار ودعمه بخطط موجهة وليس بطريقة عشوائية<sup>(٤٦)</sup>.

<sup>(٤٣)</sup> Boroujerdi, Saeed (2020). Investigating the Influence of Knowledge Management on Organizational & Innovation in Higher Educational Institutions, *Kybernetes*, Vol. (49), No. (2), P.446.

<sup>(44)</sup> Al-Jayyousi, Odeh, & others (2019). **Entrepreneurial University and Organizational Innovation: The Case of Arabian Gulf University, Bahrain**, In (Management and Administration of Higher Education Institutions in Times of Change, Editors: Visvizi, Anna & Others), Emerald Publishing, United Kingdom, Pp.119-120.

<sup>(45)</sup> Al-Lail, Haifa R. & Mohamed, Eman A. (2019). **Innovation in the Quality Life Cycle of Higher Education Institutions: The Case of Effat University**, In (Management and Administration of Higher Education Institutions in Times of Change, Editor: Visvizi, Anna & others), Emerald Publishing Limited, P.9.

<sup>(٤٦)</sup> مروة محمد عبد العزيز (٢٠١٩). إدارة السمعة مدخل لتحقيق الميزة التنافسية لمؤسسات التعليم الجامعي بمصر، *المجلة التربوية لتعليم الكبار*، كلية التربية-جامعة أسيوط، المجلد (١)، العدد (٤)، ص ٣٧٥.

ويتمثل دور الإبداع التنظيمي في تحسين سمعة الجامعة وإدارتها من خلال تطبيق الإبداع التكنولوجي، والإبداع الإداري من خلال تطوير العمليات الإدارية والتنظيمية، وتوفير مناخ للإبداع الجماعي القائم على فرق العمل، مع الاهتمام بالقدرات الفردية المبتكرة ذات القدرات العالية وتحقيق التعلم التنظيمي والاستجابة للتغيرات البيئية المختلفة وذلك لتحسين مستوى إنجاز الأهداف<sup>(٤٧)</sup>.

**ج. جودة الخدمة التعليمية للجامعات:**

تتأثر جودة الخدمة التعليمية بالجامعات بنهج الجودة وفلسفة أعضاء هيئة التدريس وتهتم بتحقيق مستويات عالية من التميز في التعليم والتعلم والبحث العلمي والمشاركة المجتمعية، ولذلك فإنه من الضروري أن تركز الجامعات على البيئة الداخلية والخارجية والبنية التحتية المؤثرة على مدخلات وعمليات مؤسسات التعليم العالي وكذلك الاهتمام بإدارة هذه المدخلات من خلال التخطيط الاستراتيجي وعمليات ضمان الجودة وذلك لضمان استدامة هذه الجامعات وتميزها<sup>(٤٨)</sup>.

تعتبر جودة الخدمة التعليمية بجملة الجهود والمساعدات التي تقدمها الجامعة لطلابها لتلبية احتياجاتهم وتوقعاتهم المختلفة من حيث (خدمات المكتبات، خدمات تعريفية، الخدمات الالكترونية، خدمات الرعاية، الأنشطة الطلابية، وخدمات الإرشاد الأكاديمي)، وبمعنى آخر هي درجة الرضا التي يمكن أن تحققها الخدمة التعليمية للطلبة عن طريق إشباع وتلبية احتياجاتهم و رغباتهم وتوقعاتهم المرتبطة بأبعاد وعناصر الجودة حسب أبعاد مقياس Servqual (الملموسية، الاعتمادية، الاستجابة، الأمان، التعاطف)<sup>(٤٩)</sup>.

### (٢). أبعاد جودة الخدمة التعليمية:

يعد مقياس ServQual من أكثر الأدوات المستخدمة في قياس جودة الخدمة وقد حدد باراسورامان وآخرون (Parasuraman et al., 1988) الأبعاد الرئيسية لجودة الخدمة والتي تتمثل في (الموثوقية، الضمان، الملموسات، التعاطف، الاستجابة)<sup>(٥٠)</sup>، واقترح كورن وتايلور (Cronin and Taylor 1992)، نموذج آخر لقياس جودة الخدمة مستوحى من نموذج ServQual وهو (ServPerf) وتعتمد جودة الخدمة على تصورات العملاء حول أداء الخدمة<sup>(٥١)</sup>، وحددها البعض في نموذج ثلاثي مكون من (الموثوقية، الملموسية، الاستجابة والضمان والتعاطف)<sup>(٥٢)</sup>، وتتناولهم الدراسة كالتالي:

- **الموثوقية reliability:** تتمثل في القدرة على أداء الخدمة المرتقبة بثقة ودقة<sup>(٥٣)</sup>، وهي القدرة على أداء الخدمة بطريقة صحيحة من أول مرة، أي تقديم خدمة دقيقة من حيث الالتزام بالوقت

<sup>(٤٧)</sup> شعبان أحمد هلال (٢٠١٤). واقع إدارة سمعة كليات التربية من وجهة نظر أعضاء هيئة التدريس وآليات تطبيقها، مجلة مستقبل التربية العربية، المركز العربي للتعليم والتنمية، المجلد (٢١)، العدد (٨٨) ص ٣١٩ - ٣٢٠.

<sup>(٤٨)</sup> Al-Lail, Haifa R. & Mohamed, Eman A. (2019) **Op. Cit.**, Pp.100-101.

<sup>(٤٩)</sup> حسام حمدي السيد (٢٠١٤). قياس الفجوة بين الإدراكات والتوقعات في جودة الخدمة التعليمية بالجامعات المصرية باستخدام مقياس Servqual مقارنة ببعض الجامعات العربية والأجنبية: دراسة تطبيقية على جامعة حلوان، مجلة كلية التربية، جامعة المنوفية - كلية التربية، المجلد (٢٩)، العدد (٣)، ص ٢١٨.

<sup>(٥٠)</sup> Parasuraman, A. & others (1988). Servqual: a Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality, **Journal of Retailing**, Vol. (64), No. (1), Pp. 12-40.

<sup>(٥١)</sup> Taylor, S.A. (1992). Measuring service quality: a reexamination and extension, **The Journal of Marketing**, Vol. (56), No. (3), Pp. 55-68.

<sup>(٥٢)</sup> Kocabulut, Özge & Albayrak, Tahir (2019). The Effects of Mood and Personality Type on Service Quality perception and customer satisfaction, **International Journal of Culture and Hospitality Research**, Vol. (13), No. (1), P. 104..

<sup>(٥٣)</sup> Khodayari, Farnak & Khodayari, Behnaz (2011). Service Quality in Higher Education Case Study: Measuring Service Quality of Islamic Azad University, Firoozkooh branch, **Interdisciplinary Journal of Research in Business**, Vol. (1), Issue. 9, P. 41.

- والأداء واداء الخدمة بالوقت المحدد بدون أخطاء) ،والاهتمام الخاص بالمشكلات المختلفة والعمل على حلها والاحتفاظ بالسجلات دقيقة وصحيحة<sup>(٥٤)</sup>.
- **الضمان Assurance**: وتتمثل في المعرفة لدى العاملين وقدرتهم على إثبات الكفاءة والثقة والمصادقية<sup>(٥٥)</sup>.
- **الملموسة Tangibles**: وتتمثل في الأشياء المادية الملموسة كالمرافق المادية، والمعدات والمواد ووسائل الاتصال ومظهر العاملين<sup>(٥٦)</sup>.
- **التعاطف Empathy**: وتتمثل في القدرة على تزويد العاملين بالرعاية الشخصية وحسن معاملتهم وتقدير ظروفهم<sup>(٥٧)</sup>.
- **الاستجابة Responsiveness** وتتعلم بقدرة مقدم الخدمة على تقديم الخدمة للعميل بشكل دائم وتقاس سرعة الاستجابة في إعلام العملاء متى تقدم الخدمة مع عدم الانشغال عن الرد عن أسئلة العملاء وبسرعة، الاستعداد لمساعدة الطلاب، إعلام الطلاب بالمواعيد المحددة لتقديم الخدمة، الاحتفاظ بسجلات وملفات دقيقة<sup>(٥٨)</sup>.

ومما سبق نجد أن المؤسسات التربوية تعد من أهم المنشآت الخدمية المنتجة للقيادات البشرية في كافة المجالات المهنية والاجتماعية والسياسية والعلمية والمهنية، مما يجعل من تميز الخدمة في هذه المؤسسات خيارًا استراتيجيًا، لبناء جيل قادر على مواجهة التحديات الدولية والإقليمية والمحلية<sup>(٥٩)</sup>.

**ب- جودة الخدمة التعليمية والسمعة التنظيمية:**

تساعد جودة الخدمة التعليمية الجامعات على النجاح والبقاء ودعم مركزها التنافسي وزيادة حصتها السوقية بالإضافة إلى تحقيق عائد مناسب على الاستثمار وتقليل التكاليف، وتلبية حاجات ورغبات الطلاب وتعزيز علاقتهم الايجابية مع المؤسسة التعليمية وترويجهم لها<sup>(٦٠)</sup>، كما أنها انعكاسًا لأداء الخريجين في سوق العمل، وتؤثر على نظرة المجتمع وأصحاب العمل إلى المؤسسة التعليمية ومخارجتها<sup>(٦١)</sup> كما تساعد الجامعات على اكتساب الميزة التنافسية وتعزيز رضا أصحاب المصالح، وتحسين الأداء المالي للجامعة وزيادة ولاء العاملين والمتعاملين<sup>(٦٢)</sup>.

<sup>٥٤</sup> ( محمد نبيل صفوت، محمد فهمي سليم (٢٠١٧). متطلبات إدارة علاقات العملاء لتحقيق جودة الخدمة، المجلة العلمية للدراسات التجارية والبيئية، جامعة قناة السويس-كلية التجارة بالاسماعلية، المجلد (٨)، العدد (٢)، ص ٣٣٧.

<sup>٥٥</sup> Kumar, Vikas & Hundal, Bikramjit Singh (2019). Evaluating the Service Quality of Solar Product companies Using SERVQUAL Model, **International Journal of Energy Sector Management**, Vol.( 13), No.( 3), P.672.

<sup>(56)</sup> Khodayari, Faranak & Khodayari, Behnaz (2011). **Op.Cit**, P.41.

<sup>(57)</sup> **Ibid**. P.41.

<sup>(٥٨)</sup> ( شريف إسماعيل أبو نمر (٢٠١٢). أثر إدراك العدالة التنظيمية على جودة الخدمة التعليمية بالتطبيق على الجامعات الفلسطينية بقطاع غزة، **المجلة العلمية للاقتصاد والتجارة**، جامعة عين شمس -كلية التجارة، العدد (٤)، ص ٤٧٤.

<sup>(٥٩)</sup> ( عبد الرحمن محمد الشرجبي، خديجة عبد الهادي درعان، حسين على السروري (٢٠١٧). مستوى جودة الخدمة التعليمية من وجهة نظر طلبة الدراسات العليا في الأكاديمية العربية-كلية العلوم المالية والمصرفية-صنعاء، **المجلة العربية لضمان جودة التعليم الجامعي**، جامعة العلوم والتكنولوجيا، المجلد (١٠)، العدد (٣١)، ص ٢٤.

<sup>(٦٠)</sup> ( محمد رجب أبو عوف (٢٠١٧). قياس جودة الخدمة التعليمية في المعاهد العليا الخاصة بمصر: دراسة حالة معهد المستقبل العالي للدراسات التكنولوجية المتخصصة، **المجلة العلمية للبحوث التجارية**، جامعة المنوفية، كلية التجارة، ص ٤، العدد (٤+٣)، ص ٢٥٥.

<sup>(٦١)</sup> ( أحمد محمد برقعان، عبد الله عباس مهدي (٢٠١٦). تقييم جودة الخدمة الجامعية بجامعة الأندلس للعلوم والتقنية من وجهة نظر الطلبة، **مجلة الأندلس للعلوم الإنسانية والاجتماعية**، جامعة الأندلس للعلوم والتقنية، المجلد (١٣)، العدد (١٠)، ص ١٢-١٣.

<sup>(٦٢)</sup> Mahdikhani, Mehri & Yazdani, Bita (2020). Transformational leadership and Service Quality Ine-commerce Businesses The Role of Trust and Team Performance, **International Journal of Law and Management**, (ahead-of-print), P.9.

وفي ضوء ذلك فإن الجامعات التي تقدم خدمات تعليمية جيدة تستطيع المنافسة في السوق المحلي والعالمي، وهذا بدوره ينعكس على صورة الجامعة وتحسين سمعتها وإعطائها الوضع المناسب بين الجامعات المناظرة وهذا يؤثر على قدرتها على إدارة سمعتها التنظيمية وتمثل انعكاس حقيقي لسلوك الإدارة في طريق إدارتها.

وتلعب جودة الخدمات دورًا هامًا في بناء سمعة الجامعة، فهي ذات أهمية لمقدمي الخدمات والمستفيدين كما أنها أحد وسائل تحقيق الميزة التنافسية للجامعة والذي يمد الجامعة بالمزيد من المستفيدين والانتاجية العالية ومن ثم قدرتها على الاستمرار والبقاء، فهي من أهم الركائز التي تبنى عليها سمعة الجامعات وذلك من خلال النظم والجراءات التي يستلزمها تقديم الخدمة والتي تمثل مؤشراً لرضا العاملين والطلاب والمجتمع<sup>(٦٣)</sup>.

فعندما يدرك المستفيدين جودة المنتج أو الخدمة، يتكون لديهم انطباعاً بأن المنظمة يمكن الاعتماد عليها ومن ثم تتسم بسمعة إيجابية، وهو ما ينعكس على شعورهم بالثقة والكفاءة في المنظمة مقارنة بالمنظمات المنافسة<sup>(٦٤)</sup>.

والمنتج هنا يتمثل في مخرجات العملية التعليمية المتمثلة في الخريجين، حيث تتحقق السمعة الجيدة لمنتجات الجامعة من خلال تقديم طالب متميز يشبع حاجات سوق العمل ويفي بمتطلباته ويتم تطويره باستمرار، وتسهم اتصالات الجامعة في تدعيم سمعة خريجها من خلال دورها كأحد عناصر الاتصالات التسويقية المتكاملة ومساهماتها في الأنشطة الاتصالية للجامعة<sup>(٦٥)</sup>.

وبالتالي نجد أن جودة الخدمة تمثل ركيزة أساسية في بناء السمعة التنظيمية بالجامعات من خلال النظم والإجراءات المحددة لتقديم الخدمة، والتي تعد مؤشراً لرضا الطلاب والمجتمع المحيط<sup>(٦٦)</sup>، ولذلك تعد جودة الخدمة مؤشراً يوضح الفرق بين واقع جودة الخدمة المقدمة وبين توقعات أصحاب المصالح من خلال مقارنة التصورات بواقع الخدمة التي يتلقونها<sup>(٦٧)</sup>.

#### ٥. آليات بناء السمعة التنظيمية للجامعات:

يتطلب بناء السمعة التنظيمية لأي منظمة إدارة المنظمة لسمعتها من خلال الآليات التي تتبناها وهذا يعني أن السمعة تمثل مؤشر حقيقي لقياس مكانة المنظمة في المجتمع وتعزيز وبناء سمعة المنظمة يعتمد على الأسلوب الذي تدار به هذه السمعة<sup>(٦٨)</sup>.

ومن الآليات التي يمكن الاعتماد عليها في بناء السمعة التنظيمية وإدارتها ما يلي:

أ. الإدارة الاستباقية للسمعة: فالإدارة الناجحة للسمعة أمر هام وضروري لنجاح المنظمة وتمثل الإدارة الاستباقية للسمعة أمراً ضرورياً لأنه يقلل من العديد من المخاطر التي قد تتعرض لها المنظمة من خلال استغلال الحلول لتفويض فريق إدارة السمعة، والاستجابة السريعة بواسطة استغلال السلطة عند ملاحظة أي آراء سلبية عن المنظمة ومنتجاتها وعلامتها التجارية، والاعتماد على ملفات تعريف الإعلام الاجتماعي والصحافة للتعرف على الآراء السلبية الترويجية للأفراد حول المنظمة ومنتجاتها، وحل مشكلات العملاء الضمنية بسرعة حتى يشعر بالاهتمام بدلاً عن التجاهل<sup>(٦٩)</sup>.

<sup>٦٣</sup> ( مروة محمد عبد العزيز (٢٠١٩). مرجع سابق، ص ٣٦٩-٣٧٠.

<sup>٦٤</sup> ( محمد محمود عبد اللطيف (٢٠١٩). العلاقة بين سمعة المنظمة والإحتفاظ بالعميل الدور الوسيط لتكلفة التحول: دراسة تطبيقية على عملاء فروع البنوك التجارية بمدينة المنصورة، مجلة البحوث التجارية، جامعة الزقازيق-كلية التجارة، المجلد (٤١)، العدد (٢)، ص ١٥٨.

<sup>٦٥</sup> ( ماجدة عبد المنعم مخلوف (٢٠١٥). مدركات الجمهور لاتصالات ادارة سمعة الجامعات المصرية الخاصة، المجلة العلمية لبحوث العلاقات العامة والإعلان، جامعة القاهرة-كلية الإعلام-قسم العلاقات العامة، العدد (٢)، ص ١٣٩.

<sup>٦٦</sup> ( شعبان أحمد هلال (٢٠١٤). مرجع سابق، ص ٣٠٠.

<sup>٦٧</sup> ( Anwar and Khalsiah (2017). An Analysis of Service Quality on Mustahiq Satifaction Using

The Kano Model (Case Study onBaitul Mal), Emerald Reach Proceedings Series, Vol.( 1)P.64.

<sup>٦٨</sup> ( رشا عبد المحسن الطرابيشي (٢٠١٧). العلاقات العامة وإدارة السمعة لشركات الطيران: دراسة ميدانية مقارنة، مجلة كلية الآداب، جامعة سوهاج-كلية الآداب، العدد (٤٣)، الجزء (٢)، ص ٣٢٨.

<sup>٦٩</sup> ( رشا عبد المحسن الطرابيشي. مرجع سابق، ص ٣٣٠.

ب. إدارة المواهب: تتمثل إدارة المواهب في "مجموعة العمليات التي تركز على التخطيط لحاجات الجامعة المستقبلية من الموهوبين من خلال تحديد المراكز الوظيفية الأكثر تأثيرًا في تحقيق الأهداف الجامعية، وكذلك المواهب المتوفرة من أعضاء هيئة التدريس ومن ثم الاحتياجات منها، ثم استقطاب مواهب جديدة تلبي هذه الاحتياجات وفق استراتيجية فعالة لاستقطاب الموهوبين في التخصصات المختلفة، وتوظيف هذه المواهب توظيفًا مناسبًا لنوعية ومستوى موهبتهم، ثم تنمية هذه المواهب استنادًا إلى معايير موضوعية لتقييم أدائهم وبرامج تطويرية مستدامة، ثم الحفاظ على الموهوبين واستبقائهم من خلال بيئة العمل الداعمة والحوافز المشجعة على البقاء والمنافسة وتميز الأداء"<sup>(٧٠)</sup>.

### ج. إدارة العلاقات العامة :

ويرتبط مفهوم السمعة بالعلاقات العامة لدى الكثير من المنظمات ولدى قياداتها، والعديد من المنظمات تعتبر عملية بناء السمعة التنظيمية جزءًا من عمل العلاقات العامة إلى جانب تشكيل الصورة الذهنية وإدارة العلامة التجارية وإدارة الهوية وإدارة العلاقات العامة مع أصحاب المصالح<sup>(٧١)</sup>.

وتتمثل العلاقات العامة إحدى الوظائف المهمة للمنظمة والتي تعمل على توثيق علاقة المنظمة مع جمهورها الداخلي والخارجي، بهدف خلق صورة طيبة في أذهان ذلك الجمهور، وفق التعامل الإنساني والأخلاقي السليم، من خلال وسائل الاتصال والإعلام المتاحة، كما أنها تنقل بأمانة آراء ورغبات الجمهور إلى إدارة المنظمة وبذلك تعتبر اتصالاً ذو اتجاهين<sup>(٧٢)</sup>، ويمثل الهدف الرئيسي للعلاقات العامة هو اتصال باتجاهين من أجل خلق سمعة طيبة عن المنظمة وكسب رضا الجمهور وتعاونه، ولذلك فإن العلاقات العامة مسؤولة لجميع العاملين بالمنظمة وليس مسؤولة إدارة أو قسم متخصص فهي نشاط يتغلغل بكافة الوظائف والأقسام حيث أن سمعة المنظمة ومنشأتها مسؤولة الجميع<sup>(٧٣)</sup>.

ومن ثم فإن إدارة العلاقات العامة تمثل مؤثر تسويقي ماهر قادر على بناء السمعة الجيدة من خلال الإدارة الجيدة للسمعة وهذا يتطلب من مسؤولي العلاقات العامة مجهودًا كبيرًا، ولذلك يجب على الإدارة العليا بالمنظمة أن تدعمهم بالامكانات الفنية والمادية وتهتم بتسيير مهماتهم المختلفة، فنجاح العلاقات العامة يعني النجاح في إدارة السمعة وذلك بتكوين صورة ذهنية متميزة عن المنظمة لدى فئات الجمهور الخارجي والبيئة وتوطيد السمعة الجيدة لها ودعم الثقة بأنشطتها مما يحدث تغييرًا إيجابيًا في سلوك المستفيدين والجمهور نحو المنظمة وأنشطتها المختلفة مما ينعكس على الأداء الاقتصادي للمنظمة ومكانتها لدى أصحاب المصالح<sup>(٧٤)</sup>.

### ثانيًا: إجراءات مقترحة لبناء السمعة التنظيمية للجامعات:

١. تطبيق استراتيجية لبناء السمعة تراعي ما تقدمه الجامعة من منتجات وخدمات، وتحقيق الابتكار حيث التحسين المستمر والأفكار التي تجذب الانتباه، والاهتمام بالأداء والأرباح ومقاييس المقارنة، المواطنة والقيام بالمسؤوليات الاجتماعية.
٢. الاهتمام بمكان العمل وكيفية مقابلة الموظفين للجهات المستفيدة وأصحاب المصالح ومدى إيجابيتهم.
٣. تكوين علامة تجارية تحمل منتجات الجامعة (كالأبحاث العلمية، أو سلع تجارية لكل ما ينتج الطلاب ويتميزون به بمهارة عالية لصنع اسم وسمعة الجامعة).

<sup>(٧٠)</sup> أحمد محمد الأشقر (٢٠١٩). تحسين ممارسة القيادات الأكاديمية بجامعة الأزهر لأبعاد إدارة المواهب: رؤية مقترحة، مجلة التربية، جامعة الأزهر - كلية التربية، العدد (١٨٤)، الجزء (٣)، ص ١٠٣٧.

<sup>(٧١)</sup> ماجدة عبد المنعم مخلوف (٢٠١٥). مدركات الجمهور لاتصالات إدارة سمعة الجامعات المصرية الخاصة، المجلة العلمية لبحوث العلاقات العامة والإعلان، جامعة القاهرة - كلية الإعلام - قسم العلاقات العامة، العدد (٢)، ص ١٤١.

<sup>(٧٢)</sup> عبد الناصر جرادات (٢٠١٩). مقدمة في العلاقات العامة، دار اليازودي العلمية، عمان، ص ٢٠.

<sup>(٧٣)</sup> المرجع السابق، ص ٣٥-٣٦.

<sup>(٧٤)</sup> رشا عبد المحسن الطرابيشي. مرجع سابق، ص ٣٣٥، ص ٣٣٧.

تشجيع أعضاء هيئة التدريس على القيام بالأنشطة العلمية والاجتماعية المميزة وحصولهم على الجوائز المختلفة.

٤. زيادة نسبة كثافة الاستشهاد بالأبحاث العلمية لأساتذة الجامعة والطلاب.
٥. الزام كليات ومعاهد الجامعة بوضع خطة لتنمية الأداء البحثي والاجتماعي للجامعة.
٦. تولى بعض خريجي الجامعة المناصب القيادية العليا بالمجتمع.
٧. اهتمام الجامعات بالتواصل الإلكتروني من خلال موقعها الإلكتروني ومواقع التواصل الاجتماعي بلغات مختلفة لتستطيع التواصل مع المجتمع الخارجي والتعريف بنفسها ومستواها العلمي وأنشطتها الاجتماعية.
٨. وضع الجامعة لخطة لاستقطاب أفضل الكوادر البشرية من أعضاء هيئة التدريس والجهاز الإداري والاحتفاظ بالكفاءات الموجودة منهم بالكليات ومنحهم الامتيازات اللازمة لذلك سواء مادية أو معنوية للتقليل من هجرة تلك الكفاءات.
٩. تحقيق الترابط والتواصل وتبادل الخبرات العلمية والأكاديمية والإمكانيات بين الجامعة والجامعات الخاصة والأهلية والجامعات الحكومية الأخرى.
١٠. تكليف وحدات الجودة بالكليات وبالجامعة لعمل دراسات (يتم فيها تناول نماذج لجامعات عربية وجامعات أجنبية) لدراسة أساليب تقويم أداء أعضاء هيئة التدريس بها والقيادات، وإصدار نموذج تقويم لكل فئة، يتم تحكيمه من أساتذة متخصصين ثم يتم تطبيقه، للوقوف على مستوى أداء كل عضو هيئة تدريس وإعلامه بنتائج التقويم. دراسة المبادرات القومية التي تدعم البحث العلمي وتحقيق الابتكار، والمبادرات الخاصة بالحاضنات التكنولوجية المتخصصة لمعرفة كيف يستفاد منها في رعاية المبتكرين وتوفير الدعم المادي والفني اللازم لهم في الارتقاء بسمعة الجامعة حيث تحقيق الإبداع والابتكار بكافة جوانبه.
١١. يمكن من خلال وحدات التعاون الدولي بالجامعة وكلياتها وأعضاء هيئة التدريس الذين تم ابتعاثهم من قبل الجامعة السعي لزيادة عدد الاتفاقيات والشراكات مع الجامعات الأجنبية في مجال تبادل الخبرات والأفكار والبرامج الأكاديمية والأساتذة والطلاب ، ، للاستفادة القصوى من خبراتهم المختلفة بما يدعم أداء الجامعة وجهودها نحو التميز وبناء سمعتها التنظيمية.
١٢. التواصل (من خلال وحدات التعاون الدولي) مع بعض الهيئات الدولية للارتقاء بأداء أعضاء هيئة التدريس والهيئة المعاونة من خلال زيادة عدد المنح والبعثات و المهمات العلمية بما يعكس إيجابياً على مستواهم العلمي والأدبي ، بما يعكس على أدائهم الذي يمثل مؤشراً عن جودة سمعة الجامعة

#### قائمة المراجع:

#### أولاً: المراجع العربية:

١. أحمد فاروق رضوان (٢٠١٦). تطور دراسات العلاقات العامة وإدارة سمعة المنظمة: تحليل من المستوى الثاني للبحوث المنشورة خلال الفترة من عام ٢٠٠٠ إلى ٢٠١٥ م، *المجلة المصرية لبحوث الإعلام*، كلية الإعلام جامعة القاهرة، العدد (٥٥).
٢. أحمد محمد الأشقر (٢٠١٩). تحسين ممارسة القيادات الأكاديمية بجامعة الأزهر لأبعاد إدارة المواهب: رؤية مقترحة، *مجلة التربية*، جامعة الأزهر - كلية التربية، العدد (١٨٤)، الجزء (٣).
٣. أحمد محمد برقان، عبد الله عباس مهدي (٢٠١٦). تقييم جودة الخدمة الجامعية بجامعة الأندلس للعلوم والتقنية من وجهة نظر الطلبة، *مجلة الأندلس للعلوم الإنسانية والاجتماعية*، جامعة الأندلس للعلوم والتقنية، المجلد (١٣)، العدد (١٠).
٤. أحمد محمد عبد العزيز (٢٠١٣). استراتيجية مقترحة لتحقيق التميز في جودة الخدمات المقدمة لطلاب كلية التربية بالجامعات المصرية باستخدام نموذج SERVQUAL، *مجلة كلية التربية*، جامعة عين شمس - كلية التربية، العدد (٣٧)، الجزء (١).
٥. أماني عبد القادر شعبان (٢٠١٦). تصور مقترح لتفعيل دور الجامعات المصرية في تنمية المسؤولية الاجتماعية في ضوء متطلبات إقتصاد المعرفة، *مجلة كلية التربية*، جامعة كفر الشيخ - كلية التربية، المجلد (١٦)، العدد (٥).

٦. أيسل حمدى عثمان، بشرى هاشم محمد (٢٠١٥). تأثير المسؤولية الاجتماعية في بناء وإدارة سمعة المنظمات: دراسة استطلاعية تحليلية لآراء عينة من العاملين في مصرفي الراقدين والرشد، **مجلة الإدارة والاقتصاد**، الجامعة المستنصرية-كلية الإدارة والاقتصاد، المجلد (٣٨)، العدد (١٠٢).
٧. حسام حمدى السيد (٢٠١٤). قياس الفجوة بين الإدراكات والتوقعات في جودة الخدمة التعليمية بالجامعات المصرية باستخدام مقياس Servqual مقارنة ببعض الجامعات العربية والأجنبية: دراسة تطبيقية على جامعة حلوان، **مجلة كلية التربية**، جامعة المنوفية -كلية التربية، المجلد (٢٩)، العدد (٣).
٨. حنان مبروك درحمون (٢٠١٨). تقييم ممارسات المسؤولية الاجتماعية في المصارف الإسلامية: دراسة تطبيقية على عينة من المصارف الإسلامية، **مجلة جامعة القدس المفتوحة للأبحاث والدراسات**، جامعة القدس المفتوحة، العدد (٤٣).
٩. رشا عبد المحسن الطرابيشي (٢٠١٧). العلاقات العامة وإدارة السمعة لشركات الطيران: دراسة ميدانية مقارنة، **مجلة كلية الآداب**، جامعة سوهاج-كلية الآداب، العدد (٤٣)، الجزء (٢).
١٠. ريم محمد عبد المنعم (٢٠١٧). أثر الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية على ممارسات إدارة الأرباح: دراسة إختبارية في الشركات المساهمة المصرية، **المجلة المصرية للدراسات التجارية**، جامعة المنصورة-كلية التجارة، المجلد (٤١)، العدد (٢).
١١. شريف إسماعيل أبو نمر (٢٠١٢). أثر إدراك العدالة التنظيمية على جودة الخدمة التعليمية بالتطبيق على الجامعات الفلسطينية بقطاع غزة، **المجلة العلمية للاقتصاد والتجارة**، جامعة عين شمس -كلية التجارة، العدد (٤).
١٢. شعبان أحمد هلل (٢٠١٤). واقع إدارة سمعة كليات التربية من وجهة نظر أعضاء هيئة التدريس وآليات تطبيقها، **مجلة مستقبل التربية العربية**، المركز العربي للتعليم والتنمية، المجلد (٢١)، العدد (٨٨).
١٣. عبد الرحمن محمد الشرجبي، خديجة عبد الهادي درعان، حسين على السروري (٢٠١٧). مستوى جودة الخدمة التعليمية من وجهة نظر طلبة الدراسات العليا في الأكاديمية العربية-كلية العلوم المالية والمصرفية-صنعاء، **المجلة العربية لضمان جودة التعليم الجامعي**، جامعة العلوم والتكنولوجيا، المجلد (١٠)، العدد (٣١).
١٤. عبد الناصر جرادات (٢٠١٩). مقدمة في العلاقات العامة، دار اليازودي العلمية، عمان.
١٥. علاء زهير عبد الجواد (٢٠١١). مشكلات التعليم الجامعي (الطلبة، وأعضاء هيئة التدريس، وإدارة الجامعة، والبحث العلمي، والترقية) الأكاديمية لدى أعضاء الهيئة التدريسية في الجامعة. "مؤتمر الرؤيا المستقبلية للنهوض بالبحث العلمي في الوطن العربي"، المنظمة العربية للتنمية الإدارية، الأردن.
١٦. كمال عبد الوهاب محمد (٢٠١٦). تصور مقترح لإدارة رأس المال الفكري بمؤسسات التعليم العالي في مصر في ضوء تجربة دول الاتحاد الأوروبي، **مجلة الإدارة التربوية**، الجمعية المصرية للتربية المقارنة والإدارة التعليمية، العدد (١٠)، السنة (٣).
١٧. ماجدة عبد المنعم مخلوف (٢٠١٥). مدركات الجمهور لاتصالات ادارة سمعة الجامعات المصرية الخاصة، **المجلة العلمية لبحوث العلاقات العامة والإعلان**، جامعة القاهرة-كلية الإعلام-قسم العلاقات العامة، العدد (٢).
١٨. ماجكين شولنز، ماري جوهانش، موغانس لارسن (ترجمة: رياض الأبرش) (٢٠٠٤). **المنظمة المعبرة الهوية، السمعة والعلامة التجارية للشركة**، الرياض، العبيكان.
١٩. مجدي صلاح المهدي (٢٠١٩). **مناهج البحث التربوي**، القاهرة، دار الفكر العربي.
٢٠. محسن دهشان (٢٠١٤). تطبيقات إدارة المعرفة الرقمية في تحسين الثقافة التنظيمية بالجامعة. "مؤتمر آفاق في تكنولوجيا التربية"، يومي ٦-٧ أغسطس ٢٠١٤.
٢١. محمد حسنين طه (٢٠١٤). قياس جودة الخدمة التعليمية المقدمة من الجامعات المصرية: مدخل القياس المقارن، **المجلة العلمية للدراسات التجارية والبيئية**، جامعة قناة السويس-كلية التجارة بالاسماعلية، المجلد (٥)، العدد (٢).

٢٢. محمد رجب أبو عوف (٢٠١٧). قياس جودة الخدمة التعليمية في المعاهد العليا الخاصة بمصر: دراسة حالة معهد المستقبل العالي للدراسات التكنولوجية المتخصصة، *المجلة العلمية للبحوث التجارية*، جامعة المنوفية، كلية التجارة، س٤، العدد (٣+٤).
٢٣. محمد فلاق (٢٠١٩). *المسؤولية الاجتماعية لمنظمات الأعمال*، دار اليازوري للنشر والتوزيع.
٢٤. محمد فلاق، أحلام حدو (٢٠١٦). أثر تطبيق ممارسات المسؤولية الاجتماعية في تعزيز سمعة المؤسسة: شركة الاتصالات الخلوية العاملة في الجزائر أنموذجاً، *ملفات الأبحاث في الاقتصاد والتسيير*، جامعة محمد الأول-كلية العلوم القانونية والاقتصادية والاجتماعية-مركز الدراسات والبحوث الانسانية والاجتماعية، العدد (٧).
٢٥. محمد محمدي مخلص (٢٠١٨). تصور مقترح للمتطلبات الهيكلية والتنظيمية بالجامعات المصرية للقيام بمسؤوليتها المجتمعية في ضوء خبرة الولايات المتحدة الأمريكية، *مجلة كلية التربية*، جامعة المنوفية-كلية التربية، المجلد (٣٣)، العدد (٢).
٢٦. محمد محمود عبد اللطيف (٢٠١٩). العلاقة بين سمعة المنظمة والإحتفاظ بالعميل الدور الوسيط لتكلفة التحول: دراسة تطبيقية على عملاء فروع البنوك التجارية بمدينة المنصورة، *مجلة البحوث التجارية*، جامعة الزقازيق-كلية التجارة، المجلد (٤١)، العدد (٢).
٢٧. محمد نبيل صفوت، محمد فهمي سليم (٢٠١٧). متطلبات إدارة علاقات العملاء لتحقيق جودة الخدمة، *المجلة العلمية للدراسات التجارية والبيئية*، جامعة قناة السويس-كلية التجارة بالاسماعلية، المجلد (٨)، العدد (٢).
٢٨. محمد يوسف نور الهادي (٢٠١٩). دور المسؤولية الاجتماعية في تعزيز سمعة المنظمة: دراسة حالة شركة شيكان للتأمين وإعادة التأمين المحدود للعام ٢٠١٧، *مجلة النيل الأبيض للدراسات والبحوث*، جامعة النيل الأبيض، العدد (١٣).
٢٩. مروة محمد عبد العزيز (٢٠١٩). إدارة السمعة مدخل لتحقيق الميزة التنافسية لمؤسسات التعليم الجامعي بمصر، *المجلة التربوية لتعليم الكبار*، كلية التربية-جامعة أسيوط، المجلد (١)، العدد (٤).
٣٠. نجاح القبلان (٢٠١٧). سمعة المؤسسات الأكاديمية ودورها في دعم التخصصات العلمية: دراسة لسمعة قسم المكتبات والمعلومات بجامعة الأميرة نورة بنت عبد الرحمن بالمجتمع وبناء استراتيجية لتعزيزها، *الاتحاد العربي للمكتبات والمعلومات*، العدد (١٩).
٣١. نهلة عبد القادر هاشم، سليمان عبد ربه محمد، وائل محمود القطان (٢٠١٦). إدارة الأداء بالمدرسة الثانوية العامة في جمهورية مصر العربية: دراسة تحليلية، *مجلة كلية التربية في العلوم التربوية*، كلية التربية جامعة عين شمس، المجلد (٤٠)، العدد (١).
٣٢. هند ناصر عقيلات (٢٠١٩). أثر الرشاقة الاستراتيجية على السمعة الجامعية في الجامعات الأردنية الخاصة، *مجلة كلية التربية*، جامعة أسيوط-كلية التربية، المجلد (٣٥)، العدد (٩).

ثانياً: المراجع الأجنبية:

33. Al-Jayyousi ,Odeh,&others(2019). **Entrepreneurial University and Organizational Innovation: The Case of Arabian Gulf University, Bahrain**,In( Management and Administration of Higher Education Institutions in Visvizi,Anna&Others),Emerald Publishing,United Times of Change,Editors: kigdom,
- 34.Al-Lail, Haifa R .& Mohamed,Eman A.(2019). **Innovation in the Quality Life Cycle of Higher Education Institutions: The Case of Effat University**,In( Management and Administration of Higher Education Institutions in Times of Change,.,Editor: Visvizi,Anna&others) ,Emerald Publishing Limited, P.99.

35. Anna, Grześ & Marek ,Kruk (2017). Social Responsibility of Universities: The Case of The Faculty of Economics and Management, University of Bialystok, **Optimum Studia Ekonomiczn Nr**, Vol.( 5 ),No.(89)
36. Anwar and Khalsiah(2017).An Analysis of Service Quality on Mustahiq The Kano Model (Case Study onBaitul Mal), **Emerald Reach Satifcation Using Proceedings Series**, Vol.( 1).
37. Archie B., Carroll (1991). The Pyramid of Corporate Social Responsibility Management of Organizational Stakeholders, **Business- Toward The Moral Horizons**,Vol.(34),No.(4)
- 38.Archie B.Carroll(2016). Carroll's pyramid of CSR: taking another look, **Carroll International Journal of Corporate Social Responsibility**,Vol.(1),No.(3)
- others(2020) . Investigating the Influence of Knowledge &39.Boroujerdi, Saeed Management on Organizational Innovation in Higher Educational Institutions, **Kybernetes**,Vol. (49), No.( 2)
- 40.Carpenter,D.(2010).**Reputation and Power**, Princenton University Press,Princeton
- 41.Courtright, Jeffrey L. & Smudde, Peter M.(2009). Leveraging Organizational Innovation forStrategic Reputation Management, **Corporate Reputation Review**,Vol.(12),No.(3)
- Taylor, S.A. (1992). Measuring service quality: a &42.Cronin, J.J., Jr reexamination and extension, **TheJournal of Marketing**, Vol.( 56),No.( 3)
- 43.Dahlgaard-Park ,Su Mi (2015). **The Sage Encyclopedia of Quality and The Service Economy**, in(Organizational Reputation ,Editor: Dahlgaard-ParkC ,Su Mi), Sage Publications.
- 44.Helm ,Sabrina (2011). **Corporate Reputation: An Introduction to a Complex Construct**,in(Reputation Management ,Editors: Helm ,Springer Science & Business Media.),Sabrina&others
- others(2018). Reputation for Technological &45. Höflinger, Patrick J. Innovation: Does it Actually Cohere with Innovative Activity?, **Journal of Innovation & Knowledge** ,Vol.(3).
- Jucan, Mihaela Sabina(2010). Dimensions and &46. Jucan, Cornel Nicolae Challenges Of Socail Responsibility, **AnnalesUniversitatis Apulensis SeriesOeconomica**,Vol.(12),No.(1)
47. Khodayari, Faranak & Khodayari, Behnaz(2011). Service Quality in Higher Education Case Study: Measuring Service Quality of Islamic Azad University, Firoozkooh branch, **Interdisciplinary Journal of Research in Business**, Vol.( 1), Issue. 9
- 48.Kıyat , Banu Dayanç & Sütçü, Cem Sefa(2013). **Research on Measuring Perceptions of Reputationin the Health Sector through Social Media**,in (New Challenges, New Opportunities:Interdisciplinary Perspectives onReputation

- Management, Editors: Baybars-Hawks, Banu & Samast, Orhan), Turkey: Reputation Management Institute.
49. Kocabulut, Özge & Albayrak, Tahir (2019). The Effects of Mood and Personality Type on Service Quality perception and customer satisfaction, **International Journal of Culture and Hospitality Research**, Vol. (13), No. (1).
50. Kumar, Vikas & Hundal, Bikramjit Singh (2019). Evaluating the Service Solar Product companies Using SERVQUAL Model, **International Quality of Journal of Energy Sector Management**, Vol. (13), No. (3).
51. Lorenz Walter, Bernd (2013). **Does Corporate Social Responsibility really contribute to reputation?**, in (New Challenges, New Opportunities: Interdisciplinary Perspectives on Reputation Management, Editors: , Turkey: Reputation Management )
52. Baybars-Hawks, Banu & Samast, Orhan Institute.
53. Mahdikhani, Mehri & Yazdani, Bitan (2020). Transformational leadership and Service Quality In e-commerce Businesses The Role of Trust and Team Performance, **International Journal of Law and Management**, (ahead-of-print).
54. Mishina, Yuru & others (2012). The Path Dependence of Organizational Reputation: How Social Judgment Influences Assessments of Capability and Character, **Strategic Management Journal**, Vol. (33), No. (5).
55. Parasuraman, A. & others (1988). Servqual: a Multiple-Item Scale for Consumer Perceptions of Service Quality, **Journal of Retailing**, Vol. Measuring (64), No. (1).
- others (2011). A Rep Trak™ Pulse Conceptualizing and Validating a Short – Form Measure of Corporate Reputation , **Corporate Reputation Review** , Vol. (14), No. (1).
56. Ponzi, J. Leonard & others (2011). A Rep Trak™ Pulse Conceptualizing and Validating a Short – Form Measure of Corporate Reputation , **Corporate Reputation Review** , Vol. (14), No. (1).
57. Reznik, S. D. & Yudina, T. A. (2018). Key Milestones In The Development of Reputation Management In Russian Universities, **European Journal of Contemporary Education** , Vol. (7), No. (2).
58. Roberts, David (2009). **Reputation Management for Education A Review of the Academic & Professional Literature**, The Knowledge Partnership ). Effects of Pro-Environmental Recruiting Messages: The Role of Organizational Reputation, **Journal of Business and Psychology**, Vol. (24), No. (3).
59. Tara S., Behrend & others (2020). Developing a Model of Strategic University Reputation Management in the Digitalization Period in Education." **International Scientific Conference "Digitalization of Education: History, Trends", and Prospects" (DETP 2020)**. Advances in Social Science, Education and Humanities Research, Vol. (743).
60. V.A., Zyryanova



عنوان البحث: آليات بناء السمعة التنظيمية للجامعات المعاصرة (دراسة تحليلية)

الباحثة: أسماء شعبان على حمادة



61.Watson, Tom & Kitchen, Philip J.(2010). **Reputation Management, Corporate Image and Communication**,in( Strategic Marketing Management, Editors: Moutinho, Luiz& Southern ,Geoff) , Cengage learning.