



كلية التربية



جامعة سوهاج

مجلة شباب الباحثين

تنمية مهارات التجارة الالكترونية باستخدام البنتاجرام لدى طلاب التعليم الثانوي الفني التجاري

Developing e-commerce skills using Pentagrams among
commercial technical secondary education students

إعداد

أ/ أماني عبد العزيز أحمد حسن

باحثة دكتوراة في التربية تخصص "مناهج وطرق تدريس العلوم التجارية"

إشراف

أ.د/ علي كريم محمد محبوب

أستاذ المناهج وطرق تدريس العلوم المتفرغ

كلية التربية - جامعة سوهاج

أ.د/ عبد الهادي عبد الله احمد

أستاذ المناهج وطرق تدريس العلوم

التجارية كلية التربية - جامعة حلوان

تاريخ استلام البحث : ٢٥ نوفمبر ٢٠٢٥ م - تاريخ قبول النشر: ٨ ديسمبر ٢٠٢٥ م

مستخلص البحث

هدف البحث الحالي إلى إعداد برنامج باستخدام البنتاجرام ؛ وقياس فاعليته في تنمية بعض مهارات التجارة الالكترونية لمجموعة قوامها خمسة وثلاثون طالبة من طالبات الصف الثالث الثانوي الفني التجاري، وأعدت الباحثة الأدوات التالية: قائمة مهارات التجارة الالكترونية، المناسبة لطلاب الصف الثالث الثانوي الفني التجاري، ، بطاقة ملاحظة مهارات التجارة الإلكترونية لدى طلاب الصف الثالث الثانوي الفني التجاري، ، برنامج باستخدام البنتاجرام في تنمية مهارات التجارة الالكترونية لدى طلاب المدارس الثانوية الفنية التجارية ، ودليل استرشادي للمعلم، وكتاب الطالب لتنمية بعض مهارات التجارة الالكترونية لدى طلاب المدارس الثانوية الفنية التجارية ، وباستخدام الإحصاء اللابارامتري واختبار ولكوكسون ومعادلة الكسب المعدل، توصل البحث إلى فاعلية برنامج باستخدام البنتاجرام في تنمية بعض مهارات التجارة الالكترونية لدى طلاب المدارس الثانوية الفنية التجارية ، وقدم البحث مجموعة من التوصيات والبحوث المقترحة.

الكلمات المفتاحية: البنتاجرام، التجارة الالكترونية، مهارات التجارة الالكترونية.

Abstract

The current research aimed to prepare a program using Pentagram; and measure its effectiveness in developing some e-commerce skills for a group of thirty-five female students from the third grade of commercial technical secondary school, and the researcher prepared the following tools: List of e-commerce skills, suitable for students of the third grade of commercial technical secondary school, , E-commerce skills note card for third grade commercial technical secondary students, A program using Pentagram's use of e-commerce skills among students of commercial technical secondary schools Using nonparametric statistics, Wilcoxon test and modified gain equation, the research reached the effectiveness of a program using Pentagram in developing some e-commerce skills among commercial technical secondary school students, and the research provided a set of recommendations and proposed research.

Keywords: Pentagram, e-commerce, e-commerce skills

مقدمة ومشكلة البحث:

يمثل التعليم البوصلة التي توجه الأفراد والشعوب نحو مستقبل أفضل، إنه الاستثمار الأهم الذي يمكن أن يقوم به الفرد أو المجتمع؛ حيث يساعد في تنمية المهارات وتوسيع الآفاق وبناء مجتمعات أكثر عدالة ومساواة.

ويري صابر محمود وآخرون (٢٠٢٠: ٢٨٨)^(١) ان التعليم الفني دعامة مهمة من دعائم تنمية المجتمع وتحقيق التنمية البشرية، كما يعد التعليم التجاري أحد روافد التعليم الفني ومدخل عصري لتحقيق التكنولوجيا المهنية، لذا يجب على التعليم التجاري يهتم لتحقيق توافق بين ما تقدمه المدارس الثانوية التجارية في مناهجها وبين احتياجات المجتمع من حولها.

وقد أكدت العديد من الدراسات والمؤتمرات والندوات أن التعليم الفني مازال يعاني من اوجه القصور والتي نتج عنها ضعف المستوى العلمي لخريجي هذه المؤسسات وعدم استيعابهم لأدوارهم في سوق العمل في ظل المتغيرات العالمية وثورة الاتصالات والتقدم التكنولوجي.

ومع ظهور تكنولوجيا المعلومات والاتصالات ظهرت مصطلحات حديثة احدثت تغيرات جوهرية في جميع محاور العملية التعليمية وساعدت في ظهور استراتيجيات تدريسية وتقييمية حديثة وأدت هذه التطورات الي ظهور مفاهيم جديدة دفعت الباحثين للتعرف على ايجابياتها وسلبياتها وانعكاساتها على مجالات الحياة المتعددة (أحمد الشريف وبندر آل مسعد، ٢٠١٧: ٢٢١).

وترى الباحثة ان التقدم التكنولوجي هو القوة الدافعة وراء التغيرات التي يشهدها العالم اليوم ؛ حيث تمثل حيث تمثل المحرك الرئيس للتنمية الاقتصادية والاجتماعية، وله تأثير عميق علي جميع جوانب الحياة .

وترى نوال عبد الكريم (٢٠١٥) أن التجارة الالكترونية تعمل على توفير المعلومات المناسبة في الوقت المناسب، بالإضافة الي توفير الوقت والجهد في الحصول على السلع والخدمات، كما تتحدي عائق الزمان والمكان.

كما يشير كل من حسين خليفه ومحمد احمد (٢٠١٦: ١٦) أن التجارة الالكترونية تعني استخدام الانترنت لتبادل العمليات بمختلف أشكالها مع الاعمال المختلفة مع التركيز على استخدام التكنولوجيا الرقمية في العمليات التجارية بين الشركات والأفراد.

^(١) تم اتباع القواعد التالية في توثيق المراجع بمتن البحث الحالي: (الاسم الاول للباحث يليه اسم العائلة، السنة، رقم الصفحة).

وأصبح للتجارة الالكترونية تأثير واضح على أسلوب ادارة الانشطة الاقتصادية وممارسة الاعمال التجارية وما يتصل بها من خدمات وقد حدد كلا من حسين خليفه ومحمد احمد (٢٠١٦، ٢٢: ٢٥) على مستوى الدولة والشركات والمستهلك فعلي مستوى الدولة تساعد التجارة الالكترونية على انخفاض التكلفة، تجاوز حدود الدولة، التحرر من القيود، وترجيح الميزان التجاري للدولة.

وعلي الرغم من أهمية التجارة الالكترونية ودورها في الحراك الاجتماعي حيث تعد مصدر رئيس في اعداد الكوادر التي يحتاجها سوق العمل وامدادها بما يحتاجه من كوادر مدربه الا انه لا يتم ادراجها بشكل اساسي في مناهج التعليم الثانوي التجاري وهناك بعض الدراسات التي اهتمت بضرورة تدريس التجارة الالكترونية لطلاب التعليم الثانوي التجاري ومنها دراسة كاي Kay (٢٠١٥) والتي اوصت بضرورة تطوير محتوى منهج التجارة الالكترونية في التعليم الثانوي التجاري، ودراسة عبد الهادي علي (٢٠١٤) والتي هدفت الي معرفة فاعلية استراتيجيات ما وراء المعرفة في تنمية التحصيل ومهارات التسويق والاتجاه نحو المادة لدي طلاب المدارس الثانوية الفنية التجارية، ودراسة حنان السلاموني (٢٠١٧) والتي هدفت الي التعرف علي فاعلية التعلم المدمج في تنمية مهارات التجارة الالكترونية لدي طلاب المدارس الثانوية التجارية المتقدمة.

وحيث أن التجارة الالكترونية تعتمد على استخدام الانترنت في جميع مراحلها؛ لذا وجب استخدام استراتيجيات تعليمية حديثة تساعد على تنمية مهارات التفكير العليا، ومن هذه الاستراتيجيات استراتيجية البنتاجرام وهي إحدى الاستراتيجيات التعليمية التي تهدف الي تنمية المهارات مثل كالتخطيط والمراقبة والتقويم، كما تهدف الي تقديم نظام تعليمي جديد للطلاب، حيث انها مرنة يمكن استخدامها في جميع المراحل الدراسية ومع كافة التخصصات.

وتعد استراتيجية البنتاجرام من الاستراتيجيات الهامة في تنمية الجوانب التعليمية المختلفة، وقد استخدمت بعض الدراسات هذه الاستراتيجية في تنمية جوانب تعليمية متعددة كدراسة مروة العدوي (٢٠٢٠) والتي توصلت الي فاعلية البنتاجرام في تنمية الاستدلاليين الجغرافي والتاريخي لدي طلاب الفرقة الرابعة شعبة الدراسات الاجتماعية، ودراسة ايمان فرج وآخرون (٢٠٢٠) والتي توصلت الي فاعلية البنتاجرام في تنمية بعض مهارات التفكير الجغرافي لدي تلاميذ الصف الاول الاعدادي، ودراسة عيبر عبد الله (٢٠٢١) والتي هدفت الي التعرف علي فاعلية برنامج قائم علي البنتاجرام في تنمية مهارات البحث العلمي لدي طالبات كلية الاقتصاد المنزلي، ودراسة مها نوير (٢٠٢١) والتي أشارت الي أهمية البنتاجرام في تدريس الاقتصاد المنزلي علي تنمية التفكير التصميمي وتحقيق الازدهار النفسي للطالبات ذوات العجز المتعلم بالمرحلة الإعدادية.

وقد اهتم الباحثون بالتعليم الفني التجاري واجريت العديد من البحوث في هذا المجال ومنها : دراسة عبد الهادي علي (٢٠١٤) والتي هدفت الي معرفة فاعلية استراتيجيات ما وراء المعرفة في تنمية التحصيل ومهارات التسويق لدى طلاب المدارس الثانوية الفنية التجارية، ودراسة حنان السلاموني (٢٠١٧) والتي هدفت الي التعرف علي فاعلية التعلم المدمج في تنمية مهارات التجارة الالكترونية لدى طلاب المدارس الثانوية التجارية المتقدمة. ودراسة شيماء مبارك (٢٠١٧) والتي هدفت الي معرفة فاعلية نموذج تدريسي مقترح قائم علي النظرية البنائية في تنمية المهارات الاحصائية لدى طلاب المدارس الثانوية الفنية التجارية،، دراسة ايه محمد (٢٠٢٢) والتي هدفت الي تنمية مهارات ادارة المشروعات الصغيرة لدى طلاب التعليم الثانوي الفني التجاري باستخدام بعض استراتيجيات ما وراء المعرفة، ودراسة ايمان حسني وآخرون (٢٠٢٣) والتي هدفت الي تنمية مهارات ريادة الاعمال لدى طلاب المدارس الثانوية الفنية التجارية من خلال تصميم برنامج مقترح في ضوء رؤية مصر ٢٠٣٠، ودراسة ياسر محمد وآخرون (٢٠٢٣) والتي تناولت تطوير التعليم الفني التجاري في ضوء بعض الاتجاهات المعاصرة .

ومن خلال تحليل محتوى بعض مقررات التعليم الثانوي الفني التجاري وخاصة مقرري إدارة المشروعات والتسويق؛ لقرعهما من مجال التجارة الالكترونية، قامت الباحثة بإعداد القائمة التي اتفق عليها المحكمون بنسبة ٩٠٪ والتي اشتملت على (٥)، مهارات من مهارات التجارة الالكترونية، وتحليل محتوى مقررات ادارة المشروعات والتسويق للمرحلة الثانوية التجارية ، وبالاستعانة باثنتان من الرميالات، وكانت النتائج كالاتي:

جدول رقم (١) التكرارات والنسب

المئوية لمهارات التجارة الالكترونية في مناهج المرحلة الثانوية التجارية

تكرارات الفقرات المتضمنة لمهارات التجارة الالكترونية بالنسبة لعدد فقرات كتاب التسويق للصف الثالث الثانوي الفني التجاري البالغة (٥٤٠) فقرة		تكرارات الفقرات المتضمنة لمهارات التجارة الالكترونية بالنسبة لعدد فقرات كتاب ادارة المشروعات للصف الثالث الثانوي الفني التجاري البالغة (٥١٠) فقرة	
النسب المئوية	التكرارات	النسب المئوية	التكرارات
2.4%	13	1.7%	14

يتضح من الجدول رقم(١) أن نسبة توافر مهارات التجارة الالكترونية في مقرر ادارة المشروعات للصف الثالث الثانوي الفني التجاري ١,٧٪، ونسبة توافر ذات المهارات في كتاب التسويق للصف الثالث الثانوي الفني التجاري ٢,٤٪، وتري الباحثة أنها نسبة منخفضة جدا، وتشير الي قصور في تضمين مهارات التجارة الالكترونية في مناهج ادارة المشروعات والتسويق، وتتفق هذه النتيجة مع دراسة حنان

السلاموني (٢٠١٧) والتي هدفت الي التعرف على فاعلية برنامج قائم على التعلم المدمج في تنمية مهارات التجارة الالكترونية لدي طلاب المدارس الثانوية الفنية التجارية المتقدمة.

كما أجريت بعض البحوث التي أوصت بضرورة تنمية مهارات التجارة الالكترونية لدي الطلاب مثل دراسة حنان السلاموني (٢٠١٧) والتي أوصت بضرورة تنمية مهارات التجارة الالكترونية لدي طلاب التعليم الثانوي التجاري.

مشكلة البحث وتحديددها

الإحساس بمشكلة البحث:

في ضوء العرض السابق تبين للباحثة من خلال:

١- الدراسات السابقة والتي أشارت الي:

- مناهج ادارة المشروعات والتسويق لا تتناول مهارات التجارة الالكترونية بشكل كاف.
- ٢- نتائج تحليل محتوى مقررات ادارة المشروعات والتسويق؛ والتي أظهرت قصور تلك المقررات في تضمين مهارات التجارة الالكترونية.
- ٣- نتائج تطبيق الاختبار الاستطلاعي والذي أشار الي:
 - ضعف مستوي استيعاب الطالبات لمهارات التجارة الإلكترونية.
- اجراء مقابلات غير مقننة مع معلمي التعليم الثانوي الفني التجاري وبعض موجهي مقررات ادارة المشروعات والتسويق، وبعض العاملين في مجال التسويق الالكتروني؛ والتي تبين منها عدم تضمين مهارات التجارة الالكترونية في المقررات الدراسية وعدم المام العاملين في مجال التسويق الالكتروني بتلك المهارات.

وبذلك تحددت مشكلة البحث الحالي في وجود قصور في تضمين مهارات التجارة الالكترونية ببرامج المدارس الثانوية الفنية التجارية رغم أهميتها ؛ مما يتطلب بناء برنامج لتنمية تلك المهارات.

مشكلة البحث:

تمثلت مشكلة البحث في وجود قصور في مهارات التجارة الالكترونية المتضمنة بمناهج التعليم التجارى واللازمة للطلاب المدارس الثانوية التجارية

أسئلة البحث:

يُجيب البحث الحالي عن الأسئلة التالية:

- ١- ما مهارات التجارة الالكترونية اللازمة لطلاب التعليم الثانوي الفني التجاري؟
- ٢- ما التصور المقترح لبرنامج باستخدام البنتاجرام في تنمية مهارات التجارة الالكترونية لدى طلاب التعليم الثانوي الفني التجاري؟
- ٣- ما فاعلية البرنامج المقترح باستخدام البنتاجرام في تنمية مهارات التجارة الالكترونية لدى طلاب التعليم الثانوي الفني التجاري ؟

أهداف البحث: هدف البحث الحالي إلى:

- تحديد مهارات التجارة الإلكترونية المناسبة لطلاب التعليم الثانوي الفني التجاري.
- إعداد برنامج باستخدام البنتاجرام لتنمية مهارات التجارة الإلكترونية لدى طلاب التعليم الثانوي الفني التجاري.
- تعرف مدى فاعلية البرنامج المقترح باستخدام البنتاجرام في تنمية مهارات التجارة الإلكترونية لدى طلاب التعليم الثانوي الفني التجاري.

أهمية البحث: تتضح أهمية البحث الحالي الى:

- تطوير استراتيجيات تسويقية مبتكرة أكثر فاعلية وجذب للعملاء.
- قد يفيد في تصميم مواقع ويب متوازنة ، وفهم أكثر للسلوك الاستهلاكي.
- قد يفيد في تقديم نموذج لتنمية وتطوير مناهج وطرق التدريس في التعليم الثانوي الفني التجاري .
- يقدم أدوات يمكن الاستفادة منها في تقويم المتعلمين (بطاقة ملاحظة مهارات التجارة الالكترونية).
- يفيد الطلاب من خلال توظيف بيئة التعلم الإلكتروني في تعلم مهارات التجارة الالكترونية مما يساعدهم على تحقيق الفهم العميق للمعرفة واكتسابهم العديد من مهارات التجارة الالكترونية والتعامل مع المستحدثات التكنولوجية.

حدود البحث:

أقتصر البحث الحالي على الحدود التالية:

- حدود مكانية: مدرسة الثانوية الفنية التجارية بنات بسوهاج .
 - حدود بشرية: مجموعة من طالبات الصف الثالث الثانوي الفني التجاري بالمدرسة الثانوية التجارية بنات بسوهاج.
 - حدود زمانية: الفصل الدراسي الثاني لعام ٢٠٢٣/٢٠٢٤ .
 - حدود القياس (مهارات التجارة الالكترونية).
- الأدوات المستخدمة: وهي
- أدوات جمع بيانات وقياس، وهي:
- قائمة مهارات التجارة الإلكترونية (إعداد الباحثة).
 - بطاقة ملاحظة مهارات التجارة الالكترونية لطالبات الصف الثالث الثانوي الفني التجاري.
 - أداة معالجة:
 - برنامج باستخدام البنتاجرام لتنمية بعض مهارات التجارة الالكترونية لدى طلاب المدارس الثانوية الفنية التجارية.
 - كتاب الطالب لتنمية بعض مهارات التجارة الالكترونية لدى طلاب المدارس الثانوية الفنية التجارية.
 - مواد البحث:
 - دليل المعلم.

الأساليب الإحصائية: اقتصر البحث الحالي على استخدام الأساليب الإحصائية الآتية:

- المتوسط الحسابي. الانحراف المعياري. معامل الالتواء.
- معامل الارتباط. معامل ألفا كرونباخ. اختبار (ت) . معاما ايتا.

منهج البحث: تم استخدام المنهج الوصفي التحليلي، والمنهج التجريبي.

مصطلحات البحث:

اقتصر البحث الحالي على ايراد المصطلحات الإجرائية الآتية:

البنتاجرام: **Pentagram** : استراتيجية تستند الى التعلم النشط وتساعد في تنمية مهارات التفكير العليا من خلال خمس خطوات وهي المعرفة والتخطيط واتخاذ القرار والتطبيق والتقييم، وتعتمد على تقديم مهمات تعليمية محددة تساعد المتعلم على القيام بعمليات مختلفة من البحث والاستكشاف بالمعلومات.

- التجارة الالكترونية: **Electronic Commerce** : قدرة طلاب التعليم الثانوي الفني التجاري على انجاز أعمال بيع وشراء السلع والخدمات بصيغة الكترونية عبر الانترنت.
- مهارات التجارة الالكترونية: **Electronic Commerce Skills Of**: مستوى الأداء الذي يمكن طلاب التعليم الثانوي الفني التجاري من أداء العمليات الخاصة بالتجارة الالكترونية بسرعة ودقة في وقت معين.

الإطار النظري للبحث :

استراتيجية البنتاجرام

مفهوم استراتيجية البنتاجرام

عرفتها هبة شاكور ومروة أنور (٢٠٢٠: ٢٩١) بأنها إطار فكري جدي ذو خطوات خمس محددة يعطي المتعلم مساحة لبيدع في إدارة المعرفة واتخاذ القرار بشأنها وتقييم فكره في كل خطوة من خطواتها الخمس.

أهمية استراتيجية البنتاجرام حدد كلا عمرو سيد صالح عبد العزيز (٢٠١٦) و حسن نوح (٢٠١٧) أهمية وفوائد البنتاجرام في العملية التعليمية في:

- تساعد على عدم تشتيت الطلاب وتضييع وقتهم.
- تشجع الطلاب على التعامل مع مصادر المعرفة المتنوعة.
- تساعد الطلاب اكتساب مهارات البحث والتعليم والتفكير.
- التفكير المسبق يقلل من الأخطاء المكلفة ويوضحها ايضا (تساعد على عدم تشتيت الطلاب وتضييع وقتهم).
- تشجع الطلاب على التعامل مع مصادر المعرفة المتنوعة.
- تساعد الطلاب على اكتساب مهارات البحث والتعلم والتفكير.
- تساعد على صياغة أهداف المهام العامة والإجرائية بشكل واضح.
- تستثمر الإمكانيات المتوفرة والتقنيات الحديثة للتعليم الإلكتروني.
- تمنح الطلاب إمكانية البحث في نقاط محددة بشكل عميق ومدرّس.
- تقدم المعلومات بشكل آمن (Level comfort) من خلال البرنامج .
- تساعد على إثراء الأنشطة المصاحبة.
- تطوير وتحسين الأداء الفكري لدى الطلاب.
- خطواته مدروسة بدلا من العمل على رد الفعل.
- التفكير المسبق يقلل من الأخطاء المكلفة.

- مواكبة التغيرات الحادثة من حولنا.
 - تطور ملحوظ في أداء المتعلمين.
 - تعلم الإستراتيجية حاجة ضرورية وليست خياراً إضافياً.
 - تخلق روح المبادرة لدى الطلاب لإحداث التغيير والوصول لحل المشكلات.
 - تناسب تكنولوجيا التعليم وصالحة للاستخدام في التعلم الإلكتروني.
- مما سبق يري الباحث أن البنتاجرام يساعد في جذب انتباه الطلاب وجعله محور العملية التعليمية بالإضافة الي تطور أدائه من خلال استغلال امكانياته في اكتساب المهارات التي تتطلبها سوق العمل مما يساعده في الحصول على فرص عمل أفضل يساهم من خلالها نحو اقتصاد بلده.

مميزات استراتيجية البنتاجرام

تتميز استراتيجية البنتاجرام بمجموعة من المميزات جعلت منها استراتيجية فعالة في التعليم والتعلم حددها عبد العزيز (٢٠١٦: ٧٤) في:

- تنمي مهارات التفكير العليا للتفكير لدى الطلاب.
 - تساعد على تطور وتحسين الأداء الفكري للطلاب.
 - تساعد في تنمية المهارات الحياتية لدى الطلاب.
 - تنمي التفكير الذي يقلل من الأخطاء المكلفة.
 - تخلق روح المبادرة لدى الطلاب والتي تساعد في حل المشكلات
 - تراعي والفروق الفردية بين الطلاب.
 - تساعد في تشجيع الطالب علي الإنجاز وتقليل قلق الاختبار.
 - تتناسب مع الاتجاهات الحديثة نحو تكنولوجيا التعليم.
 - تعمل على جذب انتباه الطلاب واثارة الدافعية لديهم.
 - تساعد في تحويل عملية التعليم من عملية تقليدية الي عملية ممتعة للطلاب.
- يتضح مما سبق أن البنتاجرام تساعد على تنمية المهارات العليا للتفكير والتي تحسن من أداء الطلاب مما يساعد في تنمية المهارات الحياتية التي تساعد على التعامل بفاعلية مع المجتمع.

خصائص استراتيجية البنتاجرام

- تتميز استراتيجية البنتاجرام بمجموعة الخصائص والتي جعلت منها استراتيجية فعالة في مراحل التعليم المختلفة حددها عمرو عبد العزيز (٢٠١٦) وجليك وبيليفكسي (٢٠١٦: ٢٠)، Glick & PLYLYAVSKYY, ٢٠١٦, ٧٥٤ في:
- استراتيجية تعتمد على النشاطات.
 - تعتمد على التعليم القائم على التفكير وحل المشكلات.
 - يمكن ممارستها فرديا أو اجتماعيا من خلال فرق ومجموعات عمل.
 - استراتيجية مستمرة ترصد التغيرات التي تحدث خلال كل دورة مع إجراء عمليات تصحيحية.
 - استراتيجية مرنة ولا تلتزم بخطوات ثابتة، حيث يمكن البدء في خطوة قبل الانتهاء من الخطوة التي تسبقها.
 - استراتيجية تكاملية حيث إن إتقان كل مرحلة يعتمد على إتقان المراحل الأخرى.
 - متداخلة فالتغير الذي يحدث في أي مرحلة منها يؤثر على باقي المراحل.
 - تعد عملية منتظمة حيث تبدأ بالمدخلات مروراً بالأطوار، وتنتهي في نهاية كل دورة بمخرجات جديدة والسهم يمثل قاعدة ثابتة تدور عليها عجلة التصميم.
 - تتميز بالديناميكية فلها نظام ديناميكي محدد يبدأ من البناء البسيط وصولاً إلى البناء المعرفي شبه المعقد يعتمد على التكامل بين مكوناته.
- يتضح مما سبق أن استراتيجية البنتاجرام استراتيجية تعليمية مبتكرة تعتمد على شكل خماسي لتسهيل عملية التفكير العميق وحل المشكلات، حيث تم تصميمها بمساعدة المتعلمين على تنظيم أفكارهم وتحليل المعلومات والوصول إلى حلول مبتكرة، تعتمد على تنمية مهارات التفكير العليا وحل المشكلات بفاعلية وتعزيز التعلم النشط وتحسين التواصل، فهي مرنة متداخلة متكاملة منظمة ديناميكية مما يساعد في مراعاة الفروق الفردية بين المتعلمين.

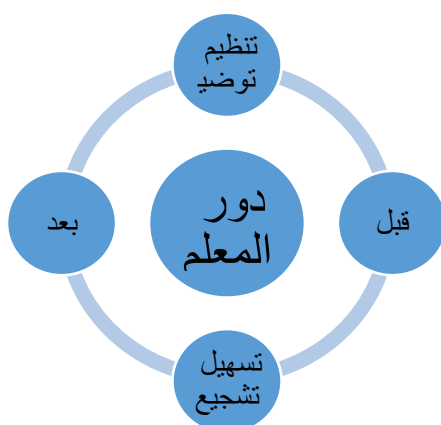
معايير استراتيجية البنتاجرام

- لكي تتم الاستفادة من استراتيجية البنتاجرام في العملية التعليمية هناك مجموعة من المعايير لا بد من مراعاتها أثناء استخدام تلك الاستراتيجية حددها عمرو سيد صالح عبد العزيز (٢٠١٧) في:
- اختيار الموضوعات التي تتناسب مع حل المشكلات.
- اقتراح مشكلات حقيقة واقعية ترتبط بحياة الطلاب
- عدم الالتزام بخطوات ثابتة أثناء العمل بها، حيث يمكن البدء في طور قبل الانتهاء من الطور الذي يسبقه.
- إتقان كل طور من أطوار الاستراتيجية يعتمد على إتقان الأطوار الأخرى.
- تداخل وتكامل كل الأطوار، فالتغيير الذي يحدث في أي منها يؤثر على السابق واللاحق.
- لا بد من توفير الإمكانيات اللازمة لحل المشكلة المقترحة أثناء استخدام الاستراتيجية.
- إعداد وتجهيز ما يلزم من أدوات وأجهزة قبل البدء في العمل بالاستراتيجية.
- التقويم عملية مصاحبة للعملية التعليمية مستمرة ترصد التغيرات التي تحدث خلال كل دورة.
- وجوب صياغة الأهداف العامة والإجرائية بشكل واضح للمهمة.
- تقسيم وتنظيم الطلاب من حيث نمط التعليم (فردى - جماعى) لتنمية المهارات الفردية وتبادل الخبرات وتنمية روح التعاون والترابط بين فريق العمل الجماعى.
- يتضح مما سبق أن استخدام استراتيجية البنتاجرام يعتمد على اختيار الموضوعات المناسبة من البداية، وتوفير الامكانيات اللازمة لحل المشكلة المقترحة والاهتمام بعملية التقويم من بداية العملية التعليمية بالإضافة الى مراعاة أنماط المتعلمين.
- وترى الباحثة أنه يمكن تطبيق استراتيجية البنتاجرام من خلال:
- اختيار موضوع الدرس: يجب أن يكون الموضوع مناسباً لمرحلة الطلاب ومستوى نضجهم.
- تحديد أهداف التعلم: يجب تحديد أهداف التعلم المراد تحقيقها من خلال هذه الاستراتيجية.
- تحضير الموارد: يجب تحضير الموارد اللازمة لتنفيذ الأنشطة، مثل أوراق العمل والوسائل التعليمية.
- تنفيذ الأنشطة: يتم تنفيذ الأنشطة وفقاً لمراحل استراتيجية البنتاجرام.

- تقييم التعلم: يتم تقييم تعلم الطلاب من خلال ملاحظة مشاركتهم وتفاعلهم وإنتاجهم.
- كما ترى الباحثة أن استراتيجية البنتاجرام تُعدّ أداة قوية لتعزيز التعلم، ولكن يجب استخدامها بشكل فعال لضمان تحقيق أهداف التعلم، ويجب على المعلمين تلقي التدريب اللازم على كيفية استخدام هذه الاستراتيجية بفعالية، ويجب مراعاة الفروق الفردية بين الطلاب عند تطبيق هذه الاستراتيجية.

دور المعلم في استخدام استراتيجية البنتاجرام

للمعلم دور في استخدام استراتيجية البنتاجرام يبدأ قبل المهمة ومرورا بالمهمة حتى انتهائها، ويحدد الشكل التالي دور المعلم:



شكل رقم (١) دور المعلم في استخدام استراتيجية البنتاجرام

يتضح من الشكل السابق أن دور المعلم يتمثل في (عمرو سيد صالح عبد العزيز، ٢٠١٦:

قبل المهمة:

- إدارة وتنظيم البيئة الصفية بما يناسب العمل.
- إدارة وقت المهمة (بداية - نهاية)، التأمل في المهمة.
- توضيح الهدف من المهمة للطلاب.
- توضيح كيفية القيام بالمهمة للطلاب.
- مساعدة الطلاب في استدعاء الخبرات السابقة عن المهمة.
- استخدام الخرائط الذهنية لربط المعلومات والخبرات ببعضها البعض في علاقات منظمة.

- استخدام العصف الذهني لكسر الجمود والملل الذي قد يوجد لدى بعض الطلاب.
- تشجيع روح المنافسة والتحدي بين الطلاب لإثارة الدافعية للتفكير لديهم.

أثناء المهمة:

- تسهيل وتيسير العمل.
- استخدام التعزيز المستمر لتشجيع الطلاب.
- استخدام الخرائط الذهنية لإعادة ربط المعلومات السابقة والجديدة.
- استخدام الأمثال والحكايات والقصص الهادفة لزيادة دافعية الطلاب.
- إبداء الملاحظات، والتوجيهات لإعادة الطلاب إلى المسار الصحيح في المهمة
- تدليل المشكلات والعوائق التي قد تعوق تنفيذ المهمة.
- الإجابة عن استفسارات الطلاب دون ابداء الحل لمساعدتهم في التوصل اليه.

بعد المهمة:

- تحويل حجرة الدراسة إلى بيئة تفاعلية استقصائية عن طريق الحوار بين المتعلمين وبعضهم وبين المتعلمين والمعلم لعرض النتائج المختلفة التي تم التوصل إليها.
- تقييم كل طالب للوصول إلى النتائج المرجوة من المهمة.
- عرض ملخص المهمة، في صورة دروس مستفادة.
- تشجيع الطلاب على استخدام المهمة كمهارة حياتية.

يتضح مما سبق أنه لنجاح استخدام البنتاجرام علي المعلم قبل المهمة التعليمية أن يقوم بالتخطيط الدقيق عن طريق تحيد الاهداف التعليمية المرجوة بشكل واضح، واختيار المناهج والاساليب التدريسية المناسبة لهذه الأهداف، واعداد المواعد التعليمية اللازمة من أوراق نشاط وعروض تقديمية ووسائل تعليمية متنوعة، وتجهيز الفصل الدراسي بشكل جذاب ومشجع للتعلم وتحفيز الطلاب وتشجيعهم في جو من الاحترام والتعاون، وفي أثناء المهمة عليه الارشاد والتوجيه وتقديم الدعم والمراقبة المستمرة لتقدم الطلاب وتنويع الاساليب ودمج الأنشطة، وبعد المهمة عليه استخدام أساليب تقييم متنوعة لتقييم مدى تحقيق الاهداف التغذية الراجعة .

وترى الباحثة أنه على الرغم من أن استراتيجية البنناجرام من الاستراتيجيات التي تنصب على المتعلم الا أن للمعلم دور هام وجوهري قبل وبعد وأثناء تطبيق المهمات مما يساعد في نجاح استخدامها.

وهناك العديد من الدراسات التي استخدمت استراتيجية البنناجرام منها دراسة وليام أ. ميلر William A. Miller، وروبرت جيه كلاسون Retbert. G. Clason (٢٠١٠)، والتي استخدمت مراحل البنناجرام في تدريس الرياضيات وتوصلت نتائجها الى فاعلية استخدام البنناجرام في إعطاء فرصة للطلاب لتحليل العلاقات وتمثيلها وتعميمها في كل من الأشكال الهندسية والأعداد الجبرية مما أثبت فاعلية البنناجرام في تنمية تلك المهارات، ودراسة (Max، ٢٠١٢) التي هدفت الى التعرف على اتجاهات المعلمين نحو استخدام البنناجرام في دراسة الرياضيات، وتوصلت الى وجود اتجاه ايجابي لدى المعلمين لتوظيفها في تدريس الرياضيات للطلاب، ودراسة ماكس جليك MaxI, Glick (٢٠١٢) والتي هدفت الى دراسة وجهات نظر كل من المعلمين والطلاب حول استخدام البنناجرام " التصميم الخماسي لحل المشكلة الإبداعي في دراسة الهندسية ، والجبر وتوصلت أثبتت نتائجها الى وجود وجهات نظر وميول إيجابية لدى المعلمين ، لاستخدامها مع طلابهم في تدريس الجبر ، والهندسة باستخدام استراتيجية البنناجرام، و دراسة مهدي جريمانى Mehdi Ghahremani وساره كرامي Sarah Karami وفيليب بالكاين Philip Balcaen (٢٠١٧) التي هدفت الى استقصاء تصورات معلمي العلوم الإيرانيين حول عادات العقل ، وفاعلية استخدام البنناجرام في تنميتها وتنمية التفكير النقدي واتبعت هذه الدراسة المخل الكمي من خلال استخدام المنهج الوصفي وتوصلت نتائجها الى فاعلية البنناجرام في تطوير التفكير الناقد لدى الموهوبين في الفصول المستهدفة بالدراسة ، فضلا عن ان الطلاب أصبحوا مستبشرين ثقافيا لعادات العقل التي يشاركونها هؤلاء المعلمون معهم . ودراسة (Mehdi. et al. ٢٠١٧) التي توصلت الى فاعلية البنناجرام في تنمية عادات العقل والتفكير الناقد و دراسة هبه صابر شاکر ومروة صلاح أنور (٢٠٢٠) والتي هدفت الى بناء برنامج قائم علي نظرية البنناجرام Pentagram لتنمية الاستدلاليين الجغرافي والتاريخي لدي طلاب الفرقة الرابعة شعبة الدراسات الاجتماعية بكلية التربية جامعة الإسكندرية، و توصلت الى ان البرنامج المقترح القائم علي البنناجرام ذو فاعلية في تنمية الاستدلاليين الجغرافي والتاريخي لدي الطلاب.

مما سبق ترى الباحثة أن هناك عدة مميزات لاستخدام البنناجرام في التعليم منها:

- تعزيز مهارات التفكير العليا: حيث تُساعد هذه الاستراتيجية الطلاب على تطوير مهارات التحليل والنقد والتقييم وحلّ المشكلات.

- دعم التعلم النشط: حيث يُشارك الطلاب بفعالية في عملية التعلم من خلال التفاعل والتعاون مع بعضهم البعض.
- تنمية مهارات التواصل: يُمارس الطلاب مهارات التواصل من خلال المناقشات وحلّ المشكلات الجماعية.

ثالثاً: التجارة الإلكترونية.

مفهوم التجارة الإلكترونية

عرفها محمد المدخلي (٢٠٢١) بأنها شرح عملية بيع أو شراء أو تبادل المنتجات والخدمات والمعلومات من خلال شبكات كمبيوترية ومن ضمنها "الإنترنت".

أهمية التجارة الإلكترونية

تعد التجارة الإلكترونية ذات أهمية كبيرة وقد حدد (سعداوي سليم، ٢٠١٨: ١٢) وحسن نوح (٤١: ٢٠١٧-٤٢) أهمية التجارة الالكترونية في:

- إلغاء التعريفات الجمركية، وأتباع نظم ضريبة مبسطة وواضحة ومتشابهة مع النظم العالمية.
- تسمح التجارة الإلكترونية بالتسوق عبر شبكة الأنترنت عن طريق الاتصال الإلكتروني المباشر بين العملاء، ولذلك فهي تستغني عن المستندات الورقية وما تستلزمه من نفقات.
- تساهم التجارة الالكترونية في تبسيط وتنظيم عمليات المشروعات وتحقيق الأهداف عن طريق القضاء على التأخير في إصدار القرارات الإدارية.
- توفر في النفقات الإدارية ونفقات الاتصال وغيرها.
- تساعد في المقارنة بين المنتجات من ناحية الاسعار والجودة أو طريقة الدفع.
- تعد التجارة الالكترونية ذات أهمية خاصة لكل من المنتجين والمستهلكين خاصة في الدول النامية حيث تستطيع التغلب على الحواجز التقليدية للمسافة ونقص المعلومات عن الفرص التصديرية.
- تساعد الشركات على إتباع نظم التصنيع الحديثة وتحديد الاحتياجات اللازمة من المواد وموارد التصنيع.
- تغيير صورة الشركات وتحويلها من شركات ضخمة تعاني من تعقيد الهياكل التنظيمية وكبر أعداد العاملين بها إلى شركات صغيرة الحجم يعمل بها عدد قليل من العاملين ذات مستويات معرفية ومهارية عالية.

- ساعدت التجارة الالكترونية على وجود شركات تكاد تكون تصورية بمعنى اختفاء المباني الضخمة والمكاتب المكتظة بالموظفين والملفات والمعاملات الورقية.
- تساعد التجارة الالكترونية على التعامل مع أنواع عديدة ومختلفة من السلع والخدمات حيث تختفي منها المخازن والمخزن ويمكن توجيه طلبات العملاء واستيفائها مباشرة من الانتاج والموردين.
- تعد التجارة الالكترونية وسيلة بسيطة وسهلة يمكن استخدامها من خلال جميع الطبقات والأنواع من الأفراد والشركات بأقل وقت وتكلفة ممكنة.
- يتضح مما سبق أن التجارة الالكترونية تساعد في توفير الوقت والجهد وسهولة تسويق المنتجات مما يسمح لطبقات بسيطة من استخدامها، كما تساعد في التغلب على زيادة اعداد الموظفين والملفات والمخازن وغيره مما يجعل من عملية التسويق امرًا سهلًا ممتعًا.

أهداف التجارة الالكترونية

- للتجارة الإلكترونية عدد من الأهداف التي تسعى الى تحقيقها لحدوث استفادة أكبر، وقد حدد خليفه واحمد (٢٠١٧ : ٢٥) أهداف التجارة الالكترونية في:
- سهولة وسرعة اكمال عمليات التبادل في البيع والشراء وفقا لمنظومة التكنولوجيا الحديثة.
 - اختصار الزمن والمسافات بين الدول في عمليات الاستيراد والتصدير.
 - التعرف على مميزات السلع والخدمات بطريقة حديثة وسهلة.
 - تهدف الى تخفيض أسعار المنتجات من خلال خفض تكاليف الإعلان والترويج وغيرها من التكاليف.
 - يتضح مما سبق أن التجارة الالكترونية تهدف إلى حدوث عملية البيع والشراء بسهولة ويسر وسرعة تناسب وطبيعة العصر، مع اتاحة التعرف على مميزات وعيوب المنتجات.

سمات التجارة الالكترونية

- تتميز التجارة الالكترونية بعدة سمات حددها (حسن مهدي، ٢٠١٨ : ٥٤) في:
- عدم وجود علاقة مباشرة بين طرفي العملية التجارية.
 - عدم وجود ايه وثائق ورقية متبادلة عند اجراء وتنفيذ المعاملات اذ تتم كافة عمليات التفاعل بين طرفي المعاملة الكترونياً.
 - التفاعل الجماعي او المتوازي بمعنى امكانية التفاعل مع أكثر من مصدر في الوقت ذاته

- امكانية تنفيذ كل مكونات العملية التجارية عبر شبكة الانترنت
- بالإضافة إلى ما سبق تذكر الباحثة أن أهم سمات التجارة الالكترونية تتمثل في الوصول العالمي، والمقارنة السهلة، والتخصيص، وخفض التكاليف.

مراحل التجارة الالكترونية

تمر عملية التجارة الالكترونية بعدة مراحل حددها حسن نوح (٢٠١٧: ١٠٠) في:

١- توفير المعلومات: إذ أن أهم معالم التطور التكنولوجي وأشكال التجارة الالكترونية التقدم المذهل في مجال المعلومات ويبدو ذلك في حجم وسرعة تبادل المعلومات وتداولها بين مختلف الأفراد والدول عبر شبكة الإنترنت وانتقلت وسيلة التطوير في نقل المعلومات إلى أشكال أخرى من الصور المتحركة والرسائل الصوتية، مما يؤدي الى توفير المعلومات الكافية عن العرض والطلب أمام المشتريين والبائعين، كما تسهم ثورة المعلومات في تحقيق العولة، فقد انتفت الأسواق الوطنية واندجت كلها في سوق واحدة، واصبحت عملية التبادل تتم طبقا للمعلومات المتوافرة عالميا عن جميع الاسواق وليس السوق المحلية فقط وبالتالي فإن التبادل يتم من أي سوق تتوافر فيها السلعة الأقل ثمنا والأعلى جودة ومؤدي ذلك ان التطور المذهل في ثورة المعلومات يعد أحد الأشكال الهامة للتجارة الإلكترونية، إذ أن توافر المعلومات على شبكة الإنترنت لهذا الكم الهائل يساعد على قيام التبادل التجاري وعقد الصفقات.

٢- عقد الصفقات: يعتبر عقد الصفقات وإبرام الاتفاقات بين المؤسسات وبعضها أو بين الشركات والعملاء من الأهمية بمكان للتجارة الإلكترونية، حيث توفر شبكة الإنترنت وسيلة اتصال سريعة بين المتعاملين حيث يتم الاتصال بين المشتري والبائع من خلال البريد الإلكتروني ويتم الاتفاق على الصفقات، ويتسم نظام البريد الإلكتروني، ومكان استخدامه بين كل الأنواع من الأجهزة ويمكن من خلاله إرسال ونقل جميع العقود القانونية والأوراق، وكذلك الرسومات والصور، ومن ثم تتم المراسلات بين المتعاملين سواء التفاوض او لعقد الصفقات وتتميز عملية التفاوض أو الاتفاق النهائي من خلال البريد الإلكتروني بوصول المستندات بسرعة فائقة بالمقارنة بالوسائل الأخرى، علاوة علي تخفيض التكلفة والوقت الي جانب الحفاظ علي سرية المراسلات

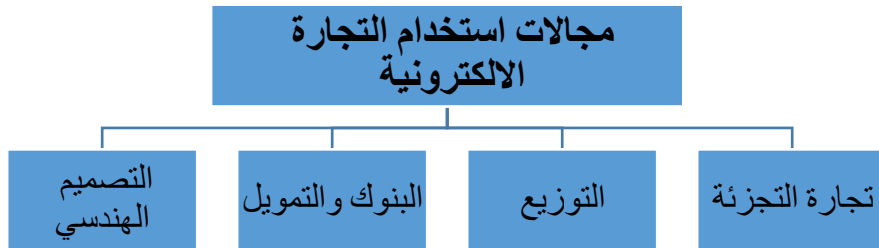
٣- التبادل التجاري: يسمح نظام التجارة الالكترونية بالتبادل لبعض انواع معينة من السلع والخدمات مثل الكتب والبحوث والرسومات الهندسية وبرامج الحاسب الالكتروني اما بقية السلع والخدمات فلا بد ان يتم تبادلها عبر الحدود الجمركية، وبالتالي فمشكلة التهريب الضريبي عبر التجارة الالكترونية تنطبق على عدد ضئيل من السلع والخدمات

يتضح مما سبق ارتباط مراحل التجارة الالكترونية، وضرورة الالتزام بهذا التسلسل لمراحلها مما يؤدي إلى تحقيق أهداف التجارة الالكترونية.

المجالات التي تستخدم فيها التجارة الالكترونية

هناك عدد من المجالات التي تستخدم فيها التجارة الالكترونية حددها (نوال الأشهب، ٢٠١٥: ٦) كالتالي:

ويوضح الشكل التالي المجالات التي تستخدم فيها التجارة الالكترونية:



شكل رقم (٢) مجالات استخدام التجارة الالكترونية

يتضح من الشكل السابق أن التجارة الالكترونية تتمثل في عدة مجالات وهي:

١- تجارة التجزئة: وهي نشاط تجاري اقتصادي يستهدف الافراد على شبكة الاتصالات وتبادل السلع والخدمات التي يطلبها الافراد كعرض الرحلات السياحية وتقديم البرمجيات المختلفة وبيع الكتب. والمجلات ومن خلالها يتم البحث عن اسم الكتاب او المحتوى ومعرفة السعر وتتم عملية الدفع بالطريقة الالكترونية ويتم التسليم من خلال الناشر، وقد تناولت دراسة شريف (٢٠٢٠) مجال السياحة الالكترونية وهدفت الى تحديد فوائدها في الاعمال الصغيرة والمتوسطة في مجال السياحة والسفر.

٢- التوزيع: وتتمثل في توزيع المنتجات الالكترونية للبرامج وأجهزة حاسب آلي وغيرها لحساب منتجها مقابل خدمات العمولة التي تحصل عليها.

٣- البنوك والتمويل: حيث تلجأ البنوك الى تقديم مختلف الخدمات الالكترونية مثل فتح الحسابات والاستعلام عنها ومتابعة اسعار الاوراق المالية والبورصات، وبيع، وشراء الاسهم، وغيرها، وقد تناولت دراسة جوما (Gomaa) البنوك الالكترونية ومدى تطبيقها في مصر وقد توصلت نتائجها الى ان تطبيق تلك البنوك في مصر تأتي بالنتائج الايجابية

٤- التصميم الهندسي: ويتمثل في الاشتراك في تصميم منتج دون التواجد في المكان نفسه من خلال مجموعة عمل مثل تصميم المواقع الالكترونية أو المنتجات الجديدة أو أجهزة حاسب يعمل أعضائها في أماكن متباعدة جغرافيا.

ويرى البحث أن هناك أنواع مختلفة من التجارة الإلكترونية مثل:

- تجارة التجزئة الإلكترونية: بيع المنتجات المادية عبر الإنترنت، مثل الملابس والأجهزة الإلكترونية.
- التجارة الإلكترونية للخدمات: بيع الخدمات غير الملموسة عبر الإنترنت، مثل تصميم المواقع الإلكترونية أو الاستشارات.
- التجارة الإلكترونية للمحتوى الرقمي: بيع المحتوى الرقمي مثل الكتب الإلكترونية والموسيقى والبرامج.
- التجارة الإلكترونية للخدمات المالية: تقديم الخدمات المالية عبر الإنترنت، مثل التحويلات المصرفية والدفع عبر الإنترنت.

كما ترى الباحثة من خلال عملها في مجال التسويق الالكتروني أن هناك عدة نماذج للتجارة الالكترونية تتمثل في:

- من الأعمال إلى المستهلك (B2C): - بيع المنتجات أو الخدمات مباشرة من الشركات إلى الأفراد، وهو النموذج الأكثر شيوعاً، مثل متاجر التجزئة الإلكترونية.
- من الأعمال إلى الأعمال (B2B): - بيع المنتجات أو الخدمات بين الشركات، مثل منصات البيع بالجملة أو خدمات البرمجيات للشركات.
- من المستهلك إلى المستهلك (C2C): - بيع المنتجات أو الخدمات بين الأفراد، مثل منصات المزادات أو مواقع التواصل الاجتماعي.
- من المستهلك إلى الأعمال (C2B): - بيع المنتجات أو الخدمات من الأفراد إلى الشركات، مثل بيع الصور الفوتوغرافية أو العمل الحر عبر الإنترنت.

الآثار الايجابية للتجارة الإلكترونية

للتجارة الالكترونية العديد من الايجابيات حددها (Grace, Sirgy) (١٠١: ٢٠١١) وصالح السيسي (٢٠١٤: ١٢١-١٢٣) في:

- تحقيق مفهوم سيادة المستهلك: حيث تساعد التجارة الإلكترونية على جعل المستهلك هو من يحدد صفات ونوعية السلع المنتجة من خلال آلية العرض والطلب.
- إتاحة أنواع اللامتناهية من السلع والخدمات والمعلومات: حيث تساعد التجارة الإلكترونية على توفير فرص اختيار حاجياتهم من عدد لا محدود من السلع والخدمات.
- تغيير صور الشركات والمؤسسات الإنتاجية: ساعدت التجارة الإلكترونية على تحويل الشركات الضخمة والتي تعاني من تعقد الهياكل الإنتاجية وكبر عدد الموظفين بها إلى شركات تكاد تختفي منها المباني الضخمة والمكاتب المزدهمة بالعملاء والموظفين.
- اختفاء المخازن والحد من المخزون السلعي: يساعد استخدام التجارة الإلكترونية على الحد من المخزون السلعي من خلال توجيه طلبات العملاء واستيفائها مباشرة من المصانع أو الموردين.
- تحسين درجة التنافسية وزيادة القدرة الإنتاجية للدول: حيث تؤدي التجارة الإلكترونية إلى تيسير عملية التسويق من خلال خلق قنوات اتصال مباشرة بين المجتمع المحلي والإقليمي والدولي باستخدام وسائل الاتصال الإلكترونية التي توفر المعلومات الكافية عن أفضل الأسواق بما يساعد على زيادة القدرة الإنتاجية للمجتمع المحلي والنهوض بنوعية الواردات على ضوء المنافسة الدولية.
- مما سبق يتضح أن للتجارة الالكترونية عدد من الايجابيات لصالح المستهلك والشركات على المستوى المحلي والدولي.

شروط نجاح التجارة الالكترونية:

- يتطلب انتشار التجارة الالكترونية مجموعة من المقومات التي يستلزم توافرها ومن هذه المقومات أو الشروط التي حددها عبد العزيز (٢٠١٦: ٥٧) في:
- خلق بيئة مناسبة للتجارة بتطور تقنيات تكنولوجيا.
 - توفر بنية تحتية إلكترونية: أن تطور التجارة الالكترونية يرتبط ارتباطاً وثيقاً بالمعلومات والاتصالات ومدى انتشارها وهي تمثل البنية الأساسية الداعمة للتجارة الالكترونية والتي تتضمن خدمات الهاتف، الانترنت، الشبكات السلكية واللاسلكية، الفاكس، برامج التشغيل، راس المال البشري مما يؤدي الى انتشارها بشكل واسع باعتبارها الادوات التي يتم من خلالها التبادل التجاري واتمام المعاملات بحيث يتمكن أكبر عدد من المجتمع استخدامها.

- توفر الوعي العلمي والثقافي: يعتمد نجاح التجارة الالكترونية على مدى توفر مجتمع لديه قوة بشرية هائلة قادرة على استخدام التكنولوجيا بكفاءة عالية ومتخصصة في قطاع المعلومات وشبكات الاتصال والانترنت والبرامج التطبيقية التي تكون ذات علاقة مباشرة بالتجارة الالكترونية، كما انه يجب أن يكون هنالك استعداد ورغبة من قبل المجتمع في استخدام التجارة الالكترونية.
- توفير بيئة قانونية: إن وجود البيئة القانونية والتشريعات والانظمة التي من شأنها توفر الحماية والامان للأطراف المتعاملين يضمن استمرار العمل بالتجارة الالكترونية بعيداً عن الغش والتلاعب وحماية الحقوق الفكرية والملكية وتنظيم القوانين المتعلقة بالضرائب وقوانين فض النزاعات سواء اكان ذلك ضمن حدود الدولة الواحدة او بين مجموعة الدول او اي من أطراف التجارة الالكترونية.
- وجود بنية تحتية مالية: حيث يتطلب قيام التجارة الالكترونية وجود نظام مالي ومصرفي متطور من شأنه ان يدعم العمليات الالكترونية والتوسع في عملية نظام الدفع الالكتروني وتسهيل عقد معاملات مالية مأمونة مثل بطاقات الائتمان او استخدام عملة الكترونية لعمليات الدفع الالكتروني وتكون صادرة من جهة موثوق بها وتعمل على حمايتها وسهولة التعامل بها.
- مما سبق يتضح أن البنية الالكترونية والمالية وتوفر الوعي العلمي لدى المجتمع من العوامل التي تساعد في نجاح التجارة الالكترونية. وهناك عدد من الدراسات التي تناولت التجارة الالكترونية منها:
- دراسة شيركو وكافامان وتراست Chircu Davis. Kauffman &Trust (٢٠٢٠) وهدفت هذه الدراسة الى التعرف علي الدور الذي تقوم به التجارة الإلكترونية بين منشآت الأعمال في الدول المقدمة في تحسين مستوى جودة السلع والخدمات التي يتم تبادلها في إطار التجارة الإلكترونية البيئية، وقد أوضحت نتائج الدراسة أن نسب التحسن في الجودة يتراوح بين ٤٥ الي ١٥٠٪ حسب طبيعة الصناعة، وان هذا التحسن أدي الي تقليص التكاليف التشغيلية والتسويقية كما كان له تأثير إيجابي على رضا العملاء.
- ودراسة بوسطن Boston (٢٠٢٠) وهدفت هذه الدراسة الى التعرف على الأساليب التقنية والتسويقية التي تعتمد عليها التجارة الإلكترونية لضمان رضا العملاء وولائهم التي قامت بها مجموعه بوسطن الاستثمارية.
- وقد توصلت هذه الدراسة الى أن التجارة الالكترونية تحتاج الى مجموعة من الاستراتيجيات التسويقية لتحقيق أهدافها.
- دراسة دهمش والقشي (٢٠١٤) هدفت هذه الدراسة إلي التعرف على بيئة التجارة الإلكترونية ومقارنة بيئة التجارة التقليدية بيئة التجارة الإلكترونية، ومن ثم تحديد فيما إذا كانت السياسات

المحاسبية المعمول بها تلائم البيئة التجارية الجديدة المتمثلة بالتجارة الإلكترونية، وتحديد المشاكل التي يمكن أن تهدد مهنة المحاسبة عند التعامل مع البيئة التجارية الجديدة، وتوصلت الدراسة إلى أن للتجارة الإلكترونية أهمية بالغة في عصرنا الحاضر وما يرافقها من بيئة غير ملموسة، وغياب التوثيق المستندي لأغلب عملياتها بأن مهنة المحاسبة لم ترق بعد إلى المستوى المطلوب، كي تتفاعل مع البيئة المحيطة بأعمال التجارة الإلكترونية .

وهناك دراسات اهتمت بالتعليم الثانوي الفني التجاري ومنها : دراسة حنان السلاطوني (٢٠١٧) والتي هدفت إلى التعرف على فاعلية التعلم المدمج في تنمية مهارات التجارة الإلكترونية لدى طلاب المدارس الثانوية التجارية المتقدمة ، ودراسة عبد الهادي علي (٢٠١٤) والتي هدفت إلى معرفة فاعلية استراتيجيات ما وراء المعرفة في تنمية التحصيل ومهارات التسويق لدى طلاب المدارس الثانوية الفنية التجارية.. ودراسة شيماء مبارك (٢٠١٧) والتي هدفت إلى معرفة فاعلية نموذج تدريسي مقترح قائم على النظرية البنائية في تنمية المهارات الاحصائية لدى طلاب المدارس الثانوية الفنية التجارية، دراسة ايه محمد (٢٠٢٢) والتي هدفت إلى تنمية مهارات ادارة المشروعات الصغيرة لدى طلاب التعليم الثانوي الفني التجاري باستخدام بعض استراتيجيات ما وراء المعرفة، ودراسة ايمان حسني وآخرون (٢٠٢٣) والتي هدفت إلى تنمية مهارات ريادة الاعمال لدى طلاب المدارس الثانوية الفنية التجارية من خلال تصميم برنامج مقترح في ضوء رؤية مصر ٢٠٣٠، ودراسة ياسر محمد وآخرون (٢٠٢٣) والتي تناولت تطوير التعليم الفني التجاري في ضوء بعض الاتجاهات المعاصرة . ودراسة عواد (٢٠١٥) والتي توصلت الي أن هناك علاقة عكسية بين المعوقات التنظيمية والمالية والبيئية والسلوكية والقانونية وبين تبني تطبيقات التجارة الإلكترونية وذلك بسبب المواقف السلبية التي تتبناها إدارة الشركات تجاه تكنولوجيا المعلومات، وقد أشار توفيق عبد المحسن (٢٠١٧ : ٣٠١) أن شبكة الانترنت تساعد في اعطاء معلومات أساسية عن المنتج مما يساهم في عملية الترويج، كما يساعد على زيادة حدة التنافس بين المنتجات المختلفة، ودراسة يونس عثمانى. (٢٠٢٠) هدفت الي معرفة دور المستهلك في ظل التجارة الإلكترونية.

فرض البحث: يوجد فرق دال احصائياً عند مستوى (٠,٠٥) بين متوسطي درجات طلاب مجموعة البحث في التطبيقين القبلي والبعدي عي بطاقة ملاحظة مهارات التجارة الإلكترونية لصالح التطبيق البعدي.

خطوات إجراء التجربة: اختيار مجموعة البحث الاستطلاعية:

تم اختيار مجموعة البحث بالطريقة العمدية من طلاب مدرسة الثانوية التجارية بسوهاج،

تمثلت المجموعة في (٣٥) طالبة بفصل ١٨/٣

إعداد أدوات البحث: تم إعداد الأدوات الآتية:

▪ أدوات جمع بيانات وقياس:

أولاً: إعداد قائمة مهارات التجارة الإلكترونية المناسبة لطلاب المدارس الثانوية التجارية الفنية:

هدف القائمة: هدفت القائمة إلى تحديد مهارات التجارة الإلكترونية المناسبة لطلاب المدارس الثانوية التجارية الفنية.

مصادر إعداد القائمة: تم إعداد القائمة في ضوء المصادر التالية:

▪ الاطلاع على التربويات التي تناولت مهارات التجارة الإلكترونية ومنها: ماكس جليك MaxI.

Glick (٢٠١٢)، دراسة (Max, ٢٠١٢)، احمد زارع (٢٠١٥)

▪ الاطلاع على الدراسات والبحوث السابقة مثل: محمد الجداية (٢٠٠٩)، و (أحمد وهيثم، ٢٠١٣،

((حسين خليفة ومحمد أحمد، ٢٠١٦)

الاطار النظري للبحث .

▪ تحليل محتوى كتب طلاب المدارس الثانوية التجارية الفنية؛ والتي اتضح منها احتوائها على نسبة

ضئيلة من مهارات التجارة الإلكترونية، ويوضح الجدول التالي التكرارات والنسب المئوية لمهارات

التجارة الإلكترونية في كتب طلاب المدارس الثانوية التجارية الفنية، ويوضح الجدول التالي

التكرارات والنسب المئوية لمهارات التجارة الإلكترونية في مناهج المرحلة الثانوية التجارية.

جدول (٢)

التكرارات والنسب المئوية لمهارات التجارة الالكترونية في مناهج المرحلة الثانوية التجارية

تكرارات الفقرات المتضمنة لمهارات التجارة الالكترونية بالنسبة لعدد فقرات كتاب التسويق للصف الثالث الثانوي الفني التجاري البالغة (٥٤٠) فقرة		تكرارات الفقرات المتضمنة لمهارات التجارة الالكترونية بالنسبة لعدد فقرات كتاب ادارة المشروعات للصف الثالث الثانوي الفني التجاري البالغة (٥١٠) فقرة	
النسب المئوية	التكرارات	النسب المئوية	التكرارات
2.4%	13	1.7%	14

يتضح من جدول (٢) أن نسبة توافر مهارات التجارة الالكترونية في مقرر ادارة المشروعات للصف الثالث الثانوي الفني التجاري ١,٧٪، ونسبة توافر ذات المهارات في كتاب التسويق للصف الثالث الثانوي الفني التجاري ٢,٤٪، وتري الباحثة أنها نسبة منخفضة جدا، وتشير الي قصور في تضمين مهارات التجارة الالكترونية في مناهج ادارة المشروعات والتسويق، وتتفق هذه النتيجة مع دراسة حنان السلاموني(٢٠١٧) والتي هدفت الي التعرف على فاعلية برنامج قائم على التعلم المدمج في تنمية مهارات التجارة الالكترونية لدى طلاب المدارس الثانوية الفنية التجارية المتقدمة.

تعديل القائمة: تم اعداد قائمة مبدئية لمهارات التجارة الالكترونية لطلاب المدارس الثانوية التجارية الفنية، حيث اشتملت علي (٢١) مهارة رئيسة و (١٦٠) مهارة فرعية، و تم عرض القائمة على مجموعة من السادة المحكمين المختصين في التجارة والعلوم التجارية والمناهج وطرق التدريس، والمعلمين والموجهين في مجال التعليم الثانوي الفني التجاري، لإبداء آراءهم حول هذه القائمة من حيث إمكانية استخدامها كأداة من أدوات البحث، سلامتها اللغوية والعلمية، مناسبتها للطلاب مجموعة البحث، وقد أبدى السادة المحكمين آرائهم حول بعض المهارات بالقائمة وتم التوصل إلى الصورة النهائية لمهارات التجارة الإلكترونية وهي:

(١٨) مهارة رئيسة و(١٤٩) مهارة فرعيا، وبذلك يكون قد تم التوصل الي الصورة النهائية لقائمة

مهارات التجارة الإلكترونية لطلاب المدارس الثانوية التجارية الفنية وهي:

تصميم موقع للتجارة الالكترونية- تحميل منصة أوبن كارد لموقع التجارة الالكترونية- إنشاء قاعدة بيانات بموقع التجارة الالكترونية- تثبيت منصة أوبن كارد- إضافة طرق الدفع والشحن- إضافة المنتجات ومواصفاتها بموقع التجارة الالكترونية- إضافة منتج جديد- إنشاء حسابات على الفيس بوك- إنشاء صفحة التسويق على الفيس بوك- إنشاء متجر خاص على صفحة التسويق- تفعيل انستجرام خاص- ربط فيس بوك مع انستجرام- عرض منتج على انستجرام- إنشاء حسابات على تويتر- عرض

المنتجات على تويتر- نشر محتوى على منصات التواصل- فتح حساب بنك إلكتروني- تفعيل الحساب بنك إلكتروني.

وبذلك تمت الإجابة عن السؤال الأول من أسئلة البحث وهو: ما مهارات التجارة الالكترونية اللازمة لطلاب التعليم الثانوي الفني التجاري؟

إعداد بطاقة ملاحظة مهارات التجارة الالكترونية لطلاب التعليم الثانوي الفني التجاري:

- الهدف من بطاقة ملاحظة مهارات التجارة الالكترونية
- الهدف من بطاقة الملاحظة: تحديد مستوى التقدم في أداء الطلاب - لمهارات التجارة الالكترونية.
- وصف البطاقة الملاحظة: تم إعداد بطاقة ملاحظة مهارات التجارة الالكترونية والذي اشتملت علي (١٨) مهارة، ويتطلب من الطالب اجراء تنفيذ تلك المهارات .
- صياغة تعليمات بطاقة الملاحظة: تم صياغة تعليمات بطاقة الملاحظة واضحة للملاحظين وهن الباحثة واثنتان من باحثات الدكتوراه بكلية التربية جامعة سوهاج والتي استعانت بهما الباحثة لإتمام ملاحظة الطلاب في أثناء أداء المهارات، وقد تم وضع هذه التعليمات بدقة حيث توضح الهدف من إعدادها وكيفية استخدامها وكيفية تسجيل العلامات.
- وتتمثل تعليمات بطاقة الملاحظة في:
- تسجيل بيانات الطالب قبل بدء الملاحظة (الاسم- المدرسة- تاريخ الملاحظة).
- الجلوس في مكان مناسب يسمح بمشاهدة الطالب.
- أن يتم ملاحظة الطالب في المهارات الموجودة بالبطاقة.
- قراءة وفهم العبارات بدقة بحيث يتم وضع العلامة المناسبة.
- إعطاء درجة واحدة (٣- ٢- ١) لكل عبارة تبعا لمستوى أداء الطالب.
- عدم وضع أكثر من علامة أمام العبارة الواحدة.
- يتم تطبيق هذه البطاقة قبل وبعد تنفيذ البرنامج المقترح للتعرف على مدى تحسن أداء الطلاب على هذه المهارات، وذلك من خلال حساب الفروق بين أداء الطلاب قبل تطبيق البرنامج وبعده.
- طريقة تصحيح بطاقة الملاحظة

يتم حساب درجة الطالب في بطاقة الملاحظة بحساب مجموع درجات الأداءات التي قام بتنفيذها ومقارنتها بالدرجة الكلية للبطاقة، حيث تشير الدرجة المرتفعة في كل مهارة على أداء الطالب لتلك المهارة واكتسابها، كما هو موضح في حساب الصدق والثبات.

- - صدق بطاقة الملاحظة: تم عرض بطاقة الملاحظة في صورتها الأولية علي مجموعة من السادة المحكمين وذلك للتأكد من

- صياغة العبارات بطريقة إجرائية قابلة للقياس والملاحظة.

- كل عبارة تتضمن أداء واحد فقط.

- لا تخضع العبارة للتفسير الذاتي من أكثر من ملاحظ.

- تعبر كل عبارة عن أحد السلوكيات التي يتم ممارستها وتكون تابعة للمهارة التي تنتمي إليها.

- تحديد تعليمات استخدام بطاقة ملاحظة مهارات التجارة الالكترونية لطلاب التعليم الثانوي الفني التجاري

وتمثلت نتائج التحكيم في: إجراء بعض التعديلات التي أقرها السادة المحكمون من حيث الصياغة اللغوية، وحذف بعض العبارات، وقد بلغت نسبة اتفاق السادة المحكمين على بنود وعبارات بطاقة الملاحظة بين (٨٥٪ - ١٠٠٪) وفقاً لتعديل السادة المحكمين.

- التجربة الاستطلاعية لبطاقة ملاحظة مهارات التجارة الالكترونية : تم تطبيق بطاقة الملاحظة علي عينة استطلاعية المكون من (٢٠) طالبة من طالبات الصف الثالث من مدرسة الثانوية الفنية التجارية بنات بسوهاج، وتم التطبيق في ٢٠٢٣/٢/١١ بالفصل الدراسي الثاني عام ٢٠٢٣-٢٠٢٤ وقد أجريت التجربة الاستطلاعية لبطاقة الملاحظة بهدف حساب معامل الثبات، والزمن المناسب لتطبيقه، وذلك علي النحو التالي :

- تحديد الزمن المناسب لبطاقة الملاحظة: تم حساب الزمن المناسب لتطبيق بطاقة الملاحظة عن طريق حساب الزمن الذي استغرقه كل طالب في إجابة الاختبار وجمع هذه الازمنة وحساب المتوسط الحسابي، وقد بلغ متوسط الازمنة التي استغرقها طلاب العينة الاستطلاعية في الاجابة على أسئلة الاختبار ٦٠ دقيقة.

- معاملات ثبات بطاقة الملاحظة.: وحساب معاملات ثبات بطاقة الملاحظة، تم تطبيقها من قبل ملاحظتين اثنتين، على عينة مكونة من (٢٠) طالبة. وتم حساب ثبات الملاحظتين حسب معادلة كوبر COOPER (حلمي الوكيل، ومحمد الملقى، ٢٠٠٧، ٢٨٨).

$$\text{ثبات الملاحظين} = \frac{\text{عدد مرات الاتفاق}}{\text{عدد مرات الاتفاق} + \text{عدد مرات عدم الاتفاق}} \times 100$$

وقد حدد "كوبر" مستوى الثبات بدلالة نسبة الاتفاق، التي يجب أن تكون: ٨٥٪ فأكثر لنذل على ارتفاع ثبات الأداة (محمد أمين المفتي، ١٩٨٤، ٦١-٦٢)، وبتطبيق المعادلة السابقة جاءت معاملات الثبات كما يلي:

جدول (٣)

معامل ثبات "كوبر" لبطاقة ملاحظة مهارات التجارة الالكترونية

المهارة الرئيسية	عدد المهارات الفرعية	عدد مرات		قيمة معامل الاتفاق	المهارة الرئيسية	عدد المهارات الفرعية	عدد مرات		قيمة معامل الاتفاق
		الاتفاق	عدم الاتفاق				الاتفاق	عدم الاتفاق	
مهارة تصميم موقع للتجارة الالكترونية	6	5	1	83%	مهارة انشاء متجر خاص على صفحة التسويق بالفييس بوك	7	6	1	86%
مهارة تحميل منصة أوبن كارت لموقع التجارة الالكترونية	17	15	2	88%	مهارة تفعيل انستجرام خاص	4	4	0	100%
مهارة انشاء قاعدة بيانات بموقع التجارة الالكترونية	10	9	1	90%	مهارة ربط فييس بوك مع انستجرام	9	8	1	89%
مهارة تثبيت منصة open cart لموقع التجارة الالكترونية	11	10	1	91%	مهارة عرض منتج علي انستجرام	6	5	1	83%
مهارة اضافة طرق الدفع والشحن بموقع التجارة الالكترونية	8	6	2	75%	مهارة انشاء حساب على تويتر	14	12	2	86%
مهارة اضافة المنتجات ومواصفاته بموقع التجارة الالكترونية	5	5	0	100%	مهارة عرض المنتجات على تويتر	4	4	0	100%
مهارة اضافة منتج جديد	3	3	0	100%	مهارة نشر محتوى على منصات التواصل	9	7	2	78%
مهارة انشاء حساب على الفيس بوك	6	5	1	83%	مهارة فتح حساب بينك الكتروني	11	9	2	82%

قيمة معامل الاتفاق	عدد مرات		عدد المهارات الفرعية	المهارة الرئيسية	قيمة معامل الاتفاق	عدد مرات		عدد المهارات الفرعية	المهارة الرئيسية
	الاتفاق	عدم الاتفاق				الاتفاق	عدم الاتفاق		
86%	2	12	14	مهارة تفعيل حساب بيتك الالكتروني	100%	0	5	5	انشاء صفحة للتسويق على الفيس بوك

يتضح من جدول (٣) أن أعلى معامل اتفاق كان (١٠٠ %) وأن اقل معامل اتفاق كان (٧٥ %) ومتوسط معامل الاتفاق (٨٧,٥ %) وهو معامل اتفاق مرتفع يمكن الاطمئنان منه على مدى ثبات البطاقة .

أداة معالجة:

برنامج مقترح باستخدام البنتاجرام لتنمية مهارات التجارة الإلكترونية لدى طلاب التعليم الثانوي الفني التجاري:

تم إعداد الإطار العام للبرنامج المقترح طبقاً للخطوات التالية:

الأهداف العامة للبرنامج:

يهدف البرنامج إلى تنمية مهارات التجارة الإلكترونية الآتية لدى طلاب التعليم الثانوي الفني التجاري:

- تصميم موقع للتجارة الالكترونية- تحميل منصة أوبن كارد لموقع التجارة الالكترونية.
- إنشاء قاعدة بيانات بموقع التجارة الالكترونية.
- تثبيت منصة أوبن كارد. - إضافة طرق الدفع والشحن.
- إضافة المنتجات ومواصفاتها بموقع التجارة الالكترونية.
- إضافة منتج جديد. - إنشاء حسابات على الفيس بوك.
- إنشاء صفحة التسويق على الفيس بوك. - إنشاء متجر خاص على صفحة التسويق.
- تفعيل انستجرام خاص - ربط فيس بوك مع انستجرام.
- عرض منتج على انستجرام. - إنشاء حسابات على تويتر.
- عرض المنتجات على تويتر. - نشر محتوى على منصات التواصل.
- فتح حساب بينك إلكتروني. - تفعيل الحساب بينك إلكتروني.

*الأهداف الإجرائية للبرنامج:

- ينفذ خطوات فتح حساب بنك إلكتروني.
- يفعل حسابه في بنك إلكتروني.
- يقيم خدمات البنوك الإلكترونية المتاحة.
- يضغط على الايقونات الصحيحة لتفعيل الحساب.
- يحدد نوع الفواتير المطلوبة.
- يتحقق من صحة خطوات تفعيل الحساب.
- يضغط على الايقونات الصحيحة لتصميم موقع للتجارة الإلكترونية.
- يختار مواقع الويب المتاحة لتنفيذ عمليات التجارة الإلكترونية.
- ينفذ عمليات التجارة الالكترونية داخل الموقع.
- يقرر استعمال أفضل مواقع التجارة الإلكترونية المتاحة.
- يدرج بيانات عن المنتج المراد تسويقه في موقع التجارة الإلكترونية.
- يكتب مواصفات المنتج المراد تسويقه إلكترونياً.
- يحدد سعر المنتجات المراد تسويقه إلكترونياً.
- يكتب طريقة الشحن المناسبة للمنتجات المراد تسويقه إلكترونياً.

محتوى البرنامج:

- تم تحديد محتوى برنامج مقترح باستخدام البنتاجرام؛ حيث قامت الباحثة بالتالي:
- اختيار المهارات وتضمينها بشكل تربوي لتحقيق أهداف البرنامج.
- إعداد سيناريو البرنامج والتصور التربوي له.
- إعداد برمجية إلكترونية تساعد في تنفيذ العمليات المختلفة.
- تصميم البرمجية باستخدام بعض البرامج.

- وقد تكون البرنامج من مجموعة من الدروس التي تم تقسيمها إلى مراحل؛ كل مرحلة تساعد على تنمية جانب معين لدى الطلاب.

الوسائل التعليمية

تم تحديد مصادر التعليم والتعلم لبرنامج باستخدام البنتاجرام:

- أوراق عمل يقوم بها الطلاب بعد كل درس.
- مجموعة من الفيديوهات والصور.
- مجموعة من الاستراتيجيات المصاحبة لكل درس حسب طبيعته.
- أجهزة حاسوب.
- برمجية الكترونية.

الأنشطة التعليمية :

تقوم الأنشطة التعليمية بدور كبير في تفعيل عمليتي التعليم والتعلم والأنشطة التعليمية المناسبة هي التي تنبثق من المادة الدراسية نفسها، حيث تعمل الأنشطة التعليمية علي تحفيز طاقات الطلاب وميولهم وتوجيهها نحو الأهداف التربوية، فالنشاط عنصر أساسي من عناصر العملية التعليمية، لتوصل أي منهج دراسي.

وقد أختار البحث مجموعة من الأنشطة تناسب مستوي الطلاب، وراعي فيها التنوع بين أكثر من نشاط بما يتلاءم مع الأهداف والمحتوي الدراسي لتنمية مهارات التجارة الالكترونية وتحقيق الأهداف، وتشمل:

الأنشطة التعليمية الجماعية :

يشارك الطلاب في هذه الأنشطة علي شكل مجموعات بصورة جماعية مثل (المناقشات الجماعية والتفاعل الجماعي للوصول مهارات التجارة الالكترونية).

الأنشطة التعليمية الفردية :

يجري المتعلم النشاط التعليمي في هذه الحالة وحده، دون عمل جماعي مع المتعلمين الآخرين مثل (مهارات التجارة الالكترونية ومنها فتح حساب بنكي، تفعيل حساب بنكي، إنشاء صفحة للتسويق علي الفيس بوك)

أسس بناء البرنامج المقترح باستخدام البنتاجرام:

١- أساس فلسفي: يعتمد الأساس الفلسفي للبرنامج على النظرية التواصلية؛ والتي تقوم على فكرة أن المعرفة موجودة في العالم على شكل شبكة من العقد وليس في عقل الفرد، وأن التعلم هو يمثل عملية الربط بين هذه العقد؛ كما تركز على مبدأ أن معرفة كيف تجد المعرفة أكثر أهمية من المعرفة ذاتها؛ فالتطور التكنولوجي أدى الي تعدد مصادر المعرفة وتشابكها واتاحتها، وأصبحت جزءا من المجتمع والتعلم؛ حيث يمكن للمتعلم الوصول الي هذه المصادر والتعلم من خلال الاشتراك في مجتمعات التعلم الالكترونية والشبكات الاجتماعية^٤ ودون أن يذهب الي المدرسة أو الجامعة (محمد خميس، ٢٠١٥: ٥١).

٢- أساس تربوي: يعتمد البرنامج على استخدام الاستراتيجيات الحديثة في التعليم والتعلم، وتوظيف التكنولوجيا الحديثة في التعليم؛ حيث يعتمد على استراتيجية البنتاجرام؛ وهي من الاستراتيجيات الحديثة التي تساعد على تنمية المهارات العليا للتفكير.

تقويم البرنامج:

تم تحديد أساليب التقويم المستخدمة في برنامج باستخدام البنتاجرام:

ويتضمن برنامج باستخدام البنتاجرام:

- تقويم تشخيصي: ويكون قبل بدء الدرس؛ للوقوف على المعلومات المتوفرة لدى الطلاب.
- تقويم تكويني: ويكون في أثناء الدرس من خلال الحوار والمناقشة.
- تقويم نهائي: ويكون عند نهاية كل درس لمعرفة نقاط القوة والضعف ومدى تحقيق أهداف البرنامج.

دليل البرنامج:

قامت الباحثة بإعداد دليل المعلم للاستفادة منه في تطبيق دروس البرنامج، ويوضح الدليل خطوات السير في دروس البرنامج وقد اشتمل دليل للمعلم على:

- إرشادات عامة.
- الهدف من برنامج باستخدام البنتاجرام لتنمية مهارات التجارة الإلكترونية لدى طلاب التعليم الثانوي الفني التجاري.
- الفئة المستهدفة.

- محتوى برنامج باستخدام البنتاجرام لتنمية مهارات التجارة الإلكترونية لدى طلاب التعليم الثانوي الفني التجاري.
- الاستراتيجيات التعليمية التي يتضمنها برنامج باستخدام البنتاجرام لتنمية مهارات التجارة الإلكترونية لدى طلاب التعليم الثانوي الفني التجاري.
- أدوات تشغيل برنامج باستخدام البنتاجرام لتنمية مهارات التجارة الإلكترونية لدى طلاب التعليم الثانوي الفني التجاري.
- المهارات اللازمة لمن يتعامل مع برنامج باستخدام البنتاجرام لتنمية مهارات التجارة الإلكترونية لدى طلاب التعليم الثانوي الفني التجاري.
- كيفية تشغيل برنامج باستخدام البنتاجرام لتنمية مهارات التجارة الإلكترونية لدى طلاب التعليم الثانوي الفني التجاري.
- مكان تطبيق برنامج باستخدام البنتاجرام لتنمية مهارات التجارة الإلكترونية لدى طلاب التعليم الثانوي الفني التجاري.
- التوزيع الزمني لبرنامج باستخدام البنتاجرام لتنمية مهارات التجارة الإلكترونية لدى طلاب التعليم الثانوي الفني التجاري.
- خطوات تنفيذ برنامج باستخدام البنتاجرام لتنمية مهارات التجارة الإلكترونية لدى طلاب التعليم الثانوي الفني التجاري.
- دروس برنامج باستخدام البنتاجرام لتنمية مهارات التجارة الإلكترونية لدى طلاب التعليم الثانوي الفني التجاري، وقد اشتمل كل درس من دروس البرنامج على: المعرفة- التخطيط- اتخاذ القرار- التطبيق- التقييم.

سلامة البرنامج:

وبعد الانتهاء من دليل المعلم في صورته المبدئية ، و للتحقق من البرنامج تم عرض الاطار العام للبرنامج علي السادة المحكمين المختصين في مجال المناهج وطرق التدريس لإبداء الرأي حول: سلامة الإطار العام للبرنامج ، وقد أبدى السادة المحكمين عددًا من الملاحظات، وتم تعديلها وفقًا لما تمت مناقشته ، وبذلك تمت الإجابة عن السؤال الثاني من أسئلة البحث وهو: ما التصور المقترح لبرنامج باستخدام البنتاجرام في تنمية مهارات التجارة الإلكترونية لدي طلاب التعليم الثانوي الفني التجاري؟

تطبيق التجربة الأساسية للبحث:

اختيار مجموعة البحث: تم اختيار مجموعة البحث الأساسية والتي تكونت من (٣٥) طالبة من طالبات مدرسة الثانوية الفنية التجارية بنات بسوهاج، لأنها تضم طلبة من منطقة جغرافية واحدة؛ مما ييسر الحصول على مجموعة متجانسة تقريباً في الظروف الاجتماعية والاقتصادية والثقافية.

إجراءات البحث:

يسير البحث وفقاً للخطوات الآتية:

- الاطلاع على البحوث والدراسات والمراجع التي اهتمت بالتجارة الالكترونية ومهاراتها والبنتاجرام.
- الاطلاع على أهداف ومحتوى البرامج الجديدة في التعليم الثانوي الفني التجاري.
- استطلاع عينات من معلمي وموجهي التعليم الثانوي الفني التجاري.
- اعداد قائمة مبدئية بمهارات التجارة الإلكترونية وعرضها على السادة المحكمين. التوصل للقائمة النهائية بمهارات التجارة الإلكترونية المناسبة لطلاب التعليم الثانوي الفني التجاري.
- لبناء البرنامج المقترح تم القيام بما يلي:
- الاطلاع على المراجع والبحوث والدراسات في مجال البرامج التعليمية.
- اعداد الاطار العام للبرنامج المقترح.
- عرض البرنامج المقترح على السادة المحكمين.
- التوصل للصورة النهائية للبرنامج المقترح.
- للتحقق من صحة فروض البحث والاجابة عن أسئلته قامت الباحثة بما يلي:
- إعداد أدوات البحث والتأكد من صدقها وثباتها وموضوعيتها.
- اختيار مجموعة البحث والتأكد من تجانس الطلاب مجموعة البحث.
- اجراء القياس البعدي لأدوات البحث على مجموعة البحث.
- رصد الدرجات الخام واجراء المعالجات الإحصائية.
- عرض النتائج وتفسيرها.
- تقديم التوصيات والبحوث المقترحة.

الأسلوب الاحصائي المستخدم:

تم اجراء العمليات الإحصائية باستخدام برنامج spss ، والمتوسط الحسابي - الوسيط - الانحراف المعياري - معامل الالتواء - معامل الارتباط - معامل الفاكرونيباخ - اختبار (ت) - معامل ايتا.

نتائج البحث وتفسيرها:

للتوصل إلى نتائج البحث والاجابة عن أسئلته وتعرف مدى صحة فروضه تم القيام بما يلي:

الإجابة عن السؤال الأول من أسئلة البحث:

وقد تمت الإجابة عن هذا السؤال في أثناء عرض أدوات البحث، حيث تم التوصل لقائمة مهارات التجارة الإلكترونية المناسبة لطلاب التعليم الثانوي الفني التجاري وهي:

- تصميم موقع للتجارة الالكترونية - تحميل منصة أوبن كارد لموقع التجارة الالكترونية.
- إنشاء قاعدة بيانات بموقع التجارة الالكترونية.
- تثبيت منصة أوبن كارد. - إضافة طرق الدفع والشحن.
- إضافة المنتجات ومواصفاتها بموقع التجارة الالكترونية.
- إضافة منتج جديد. - إنشاء حسابات على الفيس بوك.
- إنشاء صفحة التسويق على الفيس بوك. - إنشاء متجر خاص على صفحة التسويق.
- تفعيل انستجرام خاص - ربط فيس بوك مع انستجرام.
- عرض منتج على انستجرام. - إنشاء حسابات على تويتر.
- عرض المنتجات على تويتر. - نشر محتوى على منصات التواصل.
- فتح حساب بينك إلكتروني. - تفعيل الحساب بينك إلكتروني.

الإجابة عن السؤال الثاني من أسئلة البحث :

وللإجابة عن هذا السؤال تم القيام بمجموعة من الإجراءات التي تمت الإشارة إليها في أثناء عرض أدوات البحث، ومن ثم امكن التوصل إلى إعداد برنامج باستخدام البنتاجرام لتنمية مهارات التجارة الإلكترونية لدى طلاب التعليم الثانوي الفني التجاري.

الإجابة عن السؤال الثالث من أسئلة البحث ونصه : ما فاعلية البرنامج المقترح باستخدام البنترام في تنمية مهارات التجارة الالكترونية لدى طلاب التعليم الثانوي الفني التجاري ؟
ومن ثم التحقق من مدى صحة فرض البحث التالي: يوجد فرق دال احصائيًا عند مستوى (٠,٠٥) بين متوسطي درجات طلاب مجموعة البحث في التطبيقين القبلي والبعدي عي بطاقة ملاحظة مهارات التجارة الالكترونية لصالح التطبيق البعدي.
ولاختبار صحة هذا الفرض، تم حساب المتوسطات والانحرافات المعيارية وقيم "ت" لمجموعتين مرتبطتين "Paired- sample T Test" وباستخدام برنامج SPSS V.26، كانت النتائج كما يلي:

جدول (٤) دلالة الفروق بين متوسطات درجات طلاب مجموعة البحث في التطبيقين القبلي والبعدي لبطاقة ملاحظة مهارات التجارة الالكترونية

المهارة	عدد الطلاب	التطبيق القبلي		التطبيق البعدي		درجة الحرية	قيمة "ت"	الاحتمال المناظر
		ع	م	ع	م			
مهارة تصميم موقع للتجارة الالكترونية	35	0.24	1.06	0.28	2.91	34	30.94	0.000
مهارة تحميل منصة أوبن كارت لموقع التجارة الالكترونية		0.28	1.09	0.32	2.89		22.52	0.000
مهارة انشاء قاعدة بيانات بموقع التجارة الالكترونية		0.24	1.05	0.41	2.80		20.40	0.000
مهارة تثبيت منصة open cart لموقع التجارة الالكترونية		0.24	1.06	0.43	2.77		19.56	0.000
مهارة اضافة طرق الدفع والشحن بموقع التجارة الالكترونية		0.32	1.11	0.24	2.94		23.89	0.000
مهارة اضافة المنتجات ومواصفاته بموقع التجارة الالكترونية		0.28	1.09	0.38	2.83		20.40	0.000
مهارة اضافة منتج جديد		0.32	1.12	0.28	2.91		26.24	0.000
مهارة انشاء حساب على الفيس بوك		0.28	1.08	0.32	2.89		26.24	0.000
انشاء صفحة للتسويق على الفيس بوك		0.28	1.09	0.24	2.94		30.94	0.000
مهارة انشاء متجر خاص على صفحة التسويق بالفيس بوك		0.32	1.11	0.32	2.89		21.38	0.000
مهارة تفعيل انستجرام خاص		0.28	1.09	0.36	2.86		21.38	0.000

0.000	26.24		0.32	2.89	0.28	1.09		مهارة ربط فيس بوك مع انستجرام
0.000	28.29		0.28	2.91	0.28	1.09		مهارة عرض منتج علي انستجرام
0.000	28.29		0.24	2.94	0.32	1.11		مهارة انشاء حساب على تويتر
0.000	34.56		0.24	2.94	0.24	1.06		مهارة عرض المنتجات على تويتر
0.000	48.81		0.00	3.00	0.24	1.05		مهارة نشر محتوى على منصات التواصل
0.000	39.87		0.00	3.00	0.28	1.09		مهارة فتح حساب ببك الالكتروني
0.000	48.80		0.00	3.00	0.24	1.06		مهارة تفعيل حساب ببك الالكتروني
0.000	120.06		10.61	70.31	10.17	37.49		البطاقة ككل

[illegible]

وتتفق نتائج البحث مع دراسة دهمش والقشي (٢٠٠٤) التي هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على بيئة التجارة الإلكترونية ومقارنة بيئة التجارة التقليدية ببيئة التجارة الإلكترونية، ودراسة عواد (٢٠٠٥) هدفت هذه الدراسة إلى تحديد مستوى تطبيقات التجارة الإلكترونية في الشركات الأردنية، ودراسة حنان السلاطوني وآخرون (٢٠١٧) والتي توصلت إلى فاعلية برنامج مقترح قائم على التعلم المدمج في تنمية مهارات التجارة الإلكترونية لدى طلاب المدارس الثانوية التجارية المتقدمة، كما تتفق مع الدراسات التي استخدمت البنتاجرام مثل دراسة (Mehdim . et al. ٢٠١٧) التي استهدفت التعرف على فاعلية البنتاجرام في تنمية عادات العقل والتفكير الناقد، ودراسة هبه صابر شاكر ومروة صلاح أنور (٢٠٢٠) هدفت إلى بناء برنامج قائم على نظرية البنتاجرام **Pentagram** لتنمية الاستدلالين الجغرافي والتاريخي لدى طلاب الفرقة الرابعة شعبه الدراسات الاجتماعية بكلية التربية جامعة الإسكندرية، ودراسة بوسطن **Boston** (٢٠٢٠) وهدفت هذه الدراسة إلى التعرف على الأساليب التقنية والتسويقية التي تعتمد عليها التجارة الإلكترونية لضمان رضا العملاء وولائهم التي قامت بها مجموعه بوسطن الاستثمارية ، ودراسة هناء (٢٠١٧) التي هدفت إلى التعرف على مفهوم التجارة الإلكترونية ومجالاتها المختلفة والعوامل المؤثرة فيها، ودراسة دراسة سعد ياسين، بشير العلق (٢٠١٥) والتي أشارت إلى ضرورة التثقيف المستمر بأهمية التجارة الإلكترونية ومجالات استخدامها خصوصا للشركات الصغيرة ومتوسطة الحجم خوفا من حرمان هذه الشركات من الاستفادة من التجارة الإلكترونية نتيجة لعدم ادراكهم لها.

■ حجم أثر البرنامج المقترح في تنمية مهارات التجارة الإلكترونية

جدول (٥)

قيم ودلالة حجم أثر البرنامج المقترح في تنمية مهارات التجارة الالكترونية

المهارة	درجة الحرية	قيمة "ت"	قيمة "مربع ايتا"	الدلالة
مهارة تصميم موقع للتجارة الالكترونية	34	30.94	0.97	قوي
مهارة تحميل منصة أوبن كارت لموقع التجارة الالكترونية		22.52	0.94	قوي
مهارة انشاء قاعدة بيانات بموقع التجارة الالكترونية		20.40	0.92	قوي
مهارة تثبيت منصة open cart لموقع التجارة الالكترونية		19.56	0.92	قوي
مهارة اضافة طرق الدفع والشحن بموقع التجارة الالكترونية		23.89	0.94	قوي
مهارة اضافة المنتجات ومواصفاته بموقع التجارة الالكترونية		20.40	0.92	قوي
مهارة اضافة منتج جديد		26.24	0.95	قوي
مهارة انشاء حساب على الفيس بوك		26.24	0.95	قوي
انشاء صفحة للتسويق على الفيس بوك		30.94	0.97	قوي
مهارة انشاء متجر خاص على صفحة التسويق بالفيس بوك		21.38	0.93	قوي
مهارة تفعيل انستجرام خاص		21.38	0.93	قوي
مهارة ربط فيس بوك مع انستجرام		26.24	0.95	قوي
مهارة عرض منتج علي انستجرام		28.29	0.96	قوي
مهارة انشاء حساب على تويتر		28.29	0.96	قوي
مهارة عرض المنتجات على تويتر		34.56	0.97	قوي
مهارة نشر محتوى على منصات التواصل		48.81	0.99	قوي
مهارة فتح حساب ببنك الكتروني		39.87	0.98	قوي
مهارة تفعيل حساب ببنك الكتروني		48.80	0.99	قوي
البطاقة ككل		120.06	0.99	قوي

يتضح من بيانات جدول (٥) أن قيم "مربع ايتا" لمهارات التجارة الالكترونية والبطاقة ككل كانت جميعها أكبر من (٠,١٤) مما يعني أن استخدام برنامج باستخدام البنترام في ضوء رؤية مصر ٢٠٣٠، كان له تأثيراً قوياً في تنمية مهارات التجارة الالكترونية لدى طلاب المدارس الثانوية الفنية التجارية.

■ فاعلية البرنامج المقترح في تنمية مهارات التجارة الالكترونية

جدول (٦)

فاعلية البرنامج المقترح في تنمية مهارات التجارة الالكترونية

المهارة	معامل "بليك"	الدلالة
مهارة تصميم موقع للتجارة الالكترونية	1.21	فاعل
مهارة تحميل منصة أوبن كارت لموقع التجارة الالكترونية	1.23	فاعل
مهارة انشاء قاعدة بيانات بموقع التجارة الالكترونية	1.20	فاعل
مهارة تثبيت منصة open cart لموقع التجارة الالكترونية	1.25	فاعل
مهارة اضافة طرق الدفع والشحن بموقع التجارة الالكترونية	1.22	فاعل
مهارة اضافة المنتجات ومواصفاته بموقع التجارة الالكترونية	1.20	فاعل
مهارة اضافة منتج جديد	1.20	فاعل
مهارة انشاء حساب على الفيس بوك	1.21	فاعل
انشاء صفحة للتسويق على الفيس بوك	1.21	فاعل
مهارة انشاء متجر خاص على صفحة التسويق بالفيس بوك	1.29	فاعل
مهارة تفعيل انستجرام خاص	1.27	فاعل
مهارة ربط فيس بوك مع انستجرام	1.22	فاعل
مهارة عرض منتج علي انستجرام	1.26	فاعل
مهارة انشاء حساب على تويتر	1.20	فاعل
مهارة عرض المنتجات على تويتر	1.20	فاعل
مهارة نشر محتوى على منصات التواصل	1.22	فاعل
مهارة فتح حساب ببنك الكتروني	1.28	فاعل
مهارة تفعيل حساب ببنك الكتروني	1.26	فاعل
البطاقة ككل	1.31	فاعل

يتضح من بيانات جدول (٦)، أن قيم "معامل بليك" لمهارات التجارة الالكترونية والبطاقة ككل كانت جميعها أكبر من (١,٢٠) مما يعني أن استخدام برنامج باستخدام البنتاجرام في ضوء رؤية مصر ٢٠٣٠، كان ذو فاعلية مقبولة تربوياً في مهارات التجارة الالكترونية لدى طلاب المدارس الثانوية الفنية التجارية.

تعقيب عام على نتائج البحث:

- تشير دلالات الفروق السابقة أن البرنامج المقترح قد ساعد في تنمية مهارات التجارة الالكترونية موضوع البحث لدى الطلاب مجموعة البحث بشكل ملحوظ؛ وقد ترجع هذه الفروق إلى:
- قدم كل درس على مهارة أو مهارتين من تلك المهارات بشكل جذاب بطريقة عرض مشوقة؛ مما ساعد في اكتساب هذه المهارات وتلك المهارات.
 - تفاعل الطلاب مجموعة البحث مع البرنامج جعلهم يمارسون القيم التجارية موضوع البحث في حياتهم اليومية في المواقف الحياتية المختلفة.
 - ساعدت الاستراتيجيات التعليمية على توفير مواقف فعلية تختبر تصرف الطلاب في المواقف المختلفة لملاحظة التغييرات الحادثة في سلوكياتهم.
 - التشجيع المستمر للطلاب مجموعة البحث من قبل الباحثة ساعد على وجود جو من الألفة والمحبة بينهم مما حفز الطلاب للإقبال على البرنامج بحماس.
 - وقد اتفقت الدراسات السابقة مع البحث الحالي في ضرورة تنمية مهارات التجارة الالكترونية، وفي ضرورة الاهتمام بالتعليم الثانوي الفني التجاري، ولكنها اختلفت في الاستراتيجيات المستخدمة لذلك، كما اتفقت في أهمية البنتاجرام ولكنها اختلفت في المفاهيم التي يتم تنميتها بواسطته كما تم توضيحه بالسابق.

التوصيات والبحوث المقترحة:

أ- توصيات البحث:

- في ضوء النتائج السابقة للبحث يمكن تقديم التوصيات التالية:
- تدريب معلمي التعليم الثانوي الفني التجاري على استخدام التعلم الإلكتروني في التعليم.
 - تزويد معلمي التعليم الثانوي الفني التجاري في أثناء الخدمة بكافة المعلومات الخاصة بالتعلم الإلكتروني و مهارات التجارة الالكترونية.
 - توظيف البنتاجرام في تنمية المفاهيم المختلفة لطلاب التعليم الثانوي بوجه عام وطلاب التعليم الثانوي الفني التجاري بوجه خاص حيث تساعد على جذب الانتباه بشكل ملحوظ.
 - تشجيع معلمي التعليم الثانوي الفني التجاري على استخدام البنتاجرام في إكساب الطلاب المعلومات والمعارف والمهارات المختلفة.

- إدخال مهارات التجارة الالكترونية في مناهج الطلاب في كل المراحل التعليمية وكافة الفئات التعليمية.
- عمل زيارات ميدانية للطلاب؛ للتعرف على المؤسسات التي تهتم بالتجارة والتسويق الالكتروني.
- دمج استراتيجية البنتاجرام بشكل منهجي في المناهج الدراسية للمواد المتعلقة بالتجارة الالكترونية علي جميع المستويات التعليمية .
- تنظيم برامج تدريبية مكثفة لتأهيل المعلمين باستخدام استراتيجية البنتاجرام بكفاءة في العملية التعليمية
- توفير بيئة تعليمية مجهزه بالتقنيات الحديثة والانترنت عالي السرعة لدعم تطبيق الاستراتيجية بفاعلية .
- اجراء دراسات مستقبلية موسعه لتعميق الفهم حول فاعلية الاستراتيجية في تطوير مهارات اخري ذات صلة للتجارة الالكترونية وادارة المشاريع .
- تطبيق استراتيجية البنتاجرام علي مواضيع متنوعة مثل أمن المعلومات ,
- ربط المفاهيم النظرية بالتطبيقات العملية من خلال اشراك الطلاب في مشاريع تجارية حقيقية.
- التعاون بين المؤسسات والشركات العاملة في مجال التجارة الالكترونية لتوفير فرص تدريب ووظائف للخريجين .
- اجراء دراسات حول التحديات التي تواجه تطبيق الاستراتيجية مثل نقص الموارد .

ب- البحوث المقترحة :

- في ضوء النتائج السابقة للبحث تقترح الباحثة إجراء البحوث التالية:
- فاعلية برنامج مقترح باستخدام البنتاجرام في تنمية المفاهيم الأخلاقية لدى طلاب التعليم الثانوي الفني التجاري.
 - فاعلية برنامج مقترح باستخدام البنتاجرام في تنمية مفاهيم البورصة لدى طلاب التعليم الثانوي الفني التجاري.
 - فاعلية برنامج باستخدام البنتاجرام في تنمية مفاهيم سوق العمل لدى طلاب التعليم الثانوي الفني التجاري.
 - فاعلية برنامج باستخدام البنتاجرام في تنمية مهارات المحاسبة لدى طلاب التعليم الثانوي الفني التجاري.

قائمة المراجع

أولاً: المراجع العربية:

- ١- إبراهيم احمد عبد الخالق الدوي (٢٠١٠) التسويق الإلكتروني، دراسة تطبيقية على المكتبات، مكتبة الملك فهد الوطنية، الرياض.
- ٢- أحمد زارع (٢٠١٥). فاعلية برنامج مقترح قائم على مهارات النظرية التواصلية لتنمية الكفاءة المهنية والمهارات الاجتماعية لدى الطلاب المعلمين شعبة التعليم الأساسي - مجلة كلية التربية، جامعة أسيوط ٣١(٤)، ٥٠٧-٥٦٧.
- ٣- احمد زايد الشريف وبندر احمد آل مسعد (٢٠١٧). أثر استخدام الواقع المعزز في مادة الحاسب الالى على التحصيل لطلاب الصف الثالث الثانوي في منطقة جازان، المجلة التربوية الدولية المتخصصة، الجمعية الاردنية لعلم النفس - الاردن م ج ٦ ع ٢ ص ٢٢٠: ٢٣٣
- ٤- أمجد صباح عبد العالي، هيثم عبد الله سلمان، (٢٠١٣). أهمية التجارة الالكترونية ومعوقاتها في اقتصاديات دول مجلس التعاون الخليجي، مركز دراسات البصرة والخليج العربي، جامعة البصرة، مجلة الاقتصادي الخليجي، العدد ٢٤، ٢٠١٣.
- ٥- ايمان عبد العزيز فرج، صلاح الدين عرفة محمود، حمدي أحمد محمود، (٢٠٢٠). فاعلية استراتيجية البنتاجرام في تنمية بعض مهارات التفكير الجغرافي من خلال تدريس مادة الدراسات الاجتماعية لدى تلاميذ الصف الاول الاعدادي، مجلة دراسات تربوية واجتماعية
- ٦- ايمان محمود حسني وعبد الهادي عبد الله احمد وزينب السيد ابراهيم (٢٠٢٣) . تنمية مهارات الريادة لدى طلاب المدارس الثانوية الفنية، مجلة دراسات تربوية واجتماعية، كلية التربية جامعة حلوان، ص ص ٢٤٧-٢٧٤ .
- ٧- ايه سيد احمد محمد(٢٠٢٢). تنمية مهارات ادارة المشروعات الصغيرة لدى طلاب التعليم الثانوي الفني التجاري باستخدام بعض استراتيجيات ما وراء المعرفة، دراسات تربوية واجتماعية، كلية التربية جامعة حلوان، ص ص ٢١٣-٢٥٨ .
- ٨- توفيق محمد عبد المحسن(٢٠١٧). التسويق الإلكتروني والتسويق الشبكي وصايا للمسوق المحترف، دار حراء، مصر.
- ٩- حسن ربحي مهدي(٢٠١٨). التعلم الإلكتروني نحو عالم رقمي، دار الموهبة للنشر والتوزيع: عمان.
- ١٠- حسن نوح (٢٠١٧). مبادئ التجارة الالكترونية

- ١١- حسين محمد الطاهر خليفة، وأحمد محمد أحمد (٢٠١٧) التجارة الإلكترونية : " الواقع والتحديات والمستقبل " جامعة شقراء، السعودية، مكتبة الرشد للنشر والتوزيع.
- ١٢- حسين محمد الطاهر خليفة ،ومحمد أحمد حمدتو أحمد (٢٠١٦) . التجارة الإلكترونية الواقع التحديات والمستقبل E-Commerce، مكتبة الرشد .
- ١٣- حسين محمد الطاهر خليفة ومحمد أحمد حمدتو أحمد (٢٠١٦) التجارة الإلكترونية الواقع التحديات والمستقبل
- ١٤- حلمي أحمد الوكيل؛ محمد أمين المفتي. (٢٠٠٧). أسس بناء المنهج وتنظيماتها. عمان: دار المسيرة.
- ١٥- حنان حمدي السلاموني وفاتن ابراهيم مزروع وبرهامي عبد الحميد الجبالي وسعد أحمد (٢٠١٧). فاعلية برنامج قائم على التعلم المدمج في تنمية مهارات التجارة الإلكترونية لدى طلاب المدارس الثانوية التجارية المتقدم، مجلة كلية التربية، جامعة بور سعيد.
- ١٦- خليفة حسب النبي عبد الفتاح على، سلام سيد احمد سلام، ناهد عبد الراضي نوبي (٢٠١٩) . فاعلية نموذج الاستقصاء الشبكي القائم على النظرية التواصلية لتدريس المستحدثات الفيزيائية في اكتساب المفاهيم الفيزيائية لدي معلمي العلوم قبل الخدمة . مجلة دراسات عربية في التربية وعلم النفس، رابطة التربويين العرب (١٠٥، يناير ،١٠١-١٣٨)
- ١٧- سعد غالب ياسين، بشير عباس العلاق(٢٠١٥) التجارة الإلكترونية، دار المناهج للنشر والتوزيع.
- ١٨- سليم سعداوي (٢٠١٨) عقود التجارة الإلكترونية، دار الخلدونية، الجزائر.
- ١٩- شريف حسان، وطه ومحمد تقروت طه (٢٠٢٠) متطلبات نجاح التجارة الإلكترونية في الدول العربية مجلة الدراسات التجارية والاقتصادية المعاصرة، مجلة الدراسات التجارية والاقتصادية المعاصرة، جامعة بن خلدون، الجزائر ٣،(٣)، ١١١-١٣٣.
- ٢٠- شيماء محمد جاد الرب مبارك (٢٠١٧) . فاعلية نموذج تدريسي مقترح قائم علي النظرية البنائية في تنمية المهارات الاحصائية لدي طلاب المدارس الثانوية الفنية التجارية مجلة كلية التربية في العلوم التربوية، جامعة عين شمس، مج ٤٠، ع ٢، ص ١٣-٥٨.
- ٢١- صابر حسين محمود وحلمي عز العرب عميرة ووفاء عبد النبي محمود حسين مزين (٢٠٢٠). فاعلية بيئة تدريب سحابية في اكساب معلمي العلوم التجارية جدارات استخدام الواقع المعزز، مجلة بحوث عربية في مجالات التربية النوعية ص ٢٨٧: ٣٢٢.

- ٢٢- صالح الدين حسن السيسي (٢٠١٤) التجارة الدولية والصيرفة الإلكترونية،، دار الكتاب الحديث، القاهرة.
- ٢٣- عبد العزيز عبد الرحيم سليمان (٢٠١٦). التبادل التجاري والعولمة والتجارة الالكترونية، دار الحامد للنشر والتوزيع، عمان، الأردن.
- ٢٤- عبد الهادي عبد الله احمد علي (٢٠١٤). فاعلية استراتيجيات ما وراء المعرفة في تنمية التحصيل ومهارات التسويق والاتجاه نحو المادة لدي طلاب المدارس الثانوية الفنية التجارية، دراسات عربية في التربية وعلم النفس ع ٥١، ص ص ١٦-٤٤ .
- ٢٥- عبير عبد الله حسنين محسن (٢٠٢١). فاعلية برنامج تدريبي قائم على البنتاجرام لتنمية مهارات البحث العلمي لدي طالبات كلية الاقتصاد المنزلي جامعة ببشة، المجلة الدولية للعلوم الانسانية والاجتماعية العدد ٢٠، ابريل ٢٠٢١.
- ٢٦- عمرو سيد صالح عبد العزيز (٢٠١٦) . استراتيجية البنتاجرام لتنمية التفكير وحل المشكلات، مكتبة الأنجلو المصرية، القاهرة .
- ٢٧- عمرو سيد صالح عبد العزيز، ونفين قدري مرسى (٢٠١٧). استراتيجية البنتاجرام ونظرية تريز لحل المشكلات بطريقة ابداعية " دليل أنشطة- تدريبات - اختبارات"، مكتبة الانجلو المصرية: القاهرة.
- ٢٨- محمد أمين المفتي. (١٩٨٤). سلوك التدريس، سلسلة معالم تربوية. القاهرة: مؤسسة الخليج العربي
- ٢٩- محمد سالم عواد، (٢٠١٥) المعوقات المدركة لتبني تطبيقات التجارة الإلكترونية في الشركات الأردنية المجلة الأردنية في إدارة الأعمال، المجلد ٧ .
- ٣٠- محمد عطية خميس (٢٠١٥) . مصادر التعلم الإلكتروني . القاهرة، دار السحاب .
- ٣١- محمد منصور ربيع المدخلي (٢٠٢١) فاعلية نموذج الاستقصاء الشبكي القائم علي النظرية التواصلية لتدريس
- ٣٢- مروة صلاح أنور العدوي (٢٠٢٠). برنامج قائم على نظرية البنتاجرام لتنمية الاستدلالين الجغرافي والتاريخي لدي طلاب الفرقة الرابعة شعبة الدراسات الاجتماعية بكلية التربية جامعة الاسكندرية، مجلة البحث العلمي في التربية العدد ٢١ مايو ٢٠٢٠.

- ٣٣- مها فتح الله بدير نويز (٢٠٢١). فاعلية توظيف استراتيجية البنتاجرام في تدريس الاقتصاد المنزلي لتنمية الاقتصاد التصميبي وتحقيق الازدهار النفسي للطلّابات ذوات العجز المتعلم بالمرحلة الاعدادية، مجلة البحوث في مجالات التربية النوعية العدد ١١
- ٣٤- نعيم دهمش (٢٠١٤) " مدي ملائمة مهنة المحاسبة لبيئة التجارة الإلكترونية " مجلة أريد للبحوث العلمية، المجلد الثامن : العدد الثاني جامعة اربد الأهلية .
- ٣٥- نوال عبد الكريم الأشهب (٢٠١٥) . التجارة الالكترونية، دار أمجد لفلنشر والتوزيع .
- ٣٦- هبه صابر شاكر ومروة صلاح أنور (٢٠٢٠) . برنامج قائم على نظرية البنتاجرام pentagram لتنمية الاستدلّالين الجغرافي والتاريخي لدي طلاب الفرقة الرابعة شعبة الدراسات الاجتماعية بكلية التربية جامعة الإسكندرية، مجلة البحث العلمي في التربية، العدد ٢١، مايو، ص ص ٢٦٨-٣٤٢
- ٣٧- ياسر عباس صادق محمد ومحمد النصر حسن محمد وفاطمة محمد ويلي (٢٠٢٣) . تطوير التعليم الفني في ضوء بعض الاتجاهات المعاصرة، مجلة العلوم التربوية كلية التربية بقنا، ص ص ٤٠-٦٩ .
- ٣٨- يونس عثمانى . (٢٠٢٠) . أي دور للمستهلك في ظل التجارة الإلكترونية مجلة المنارة للدراسات القانونية والإدارية، عدد خاص، ٥٧ - ٧١ .

ثانياً: المراجع الأجنبية:

- 39- Boston, (2020), <https://www.bostonplans.org/attachment/date/15/05/2018>
- 40- Glick , Max & Pylavskyy, P. (2016) : y – meshes and generalized pentagram maps proc. London Math . Soc, London Mathematical society, (3) 112, 733-797
- 41- Miller, W. A. (2010). Golden Triangles, pentagons , and Pentagrams The Matiematies Teacher, National Council of Teachers of Mathematics, 87(5), 338-344,350-353
- 42- Glick, Max(2012) : The pentagram Map: combinatorial and Geometric Perspectives, Unpubkished phd, University of Michigan
- 43- Ghahremani , M., Kararni, S.& Balacaen, P. (2017) . Pentagram of habits: Considering science teachers, conceptions of " habits of mind " associated with Critical thinking in several of Iran,s sjecial gifted schools Gifted and Talented international , World council for Gifted and Talented children, 32(1), 3-26
- 44- . Kay, O. (2015) E - Commerce Curriculum Now, 40 - Available at (in18-7- 2022): <http://www.bused.org/e-com.html>