

التفاكر للتنمية والتمكين المجتمعي

“المنهاج والمقاربات”



التفكير للتنمية والتمكين المجتمعي
-المنهاج والمقاربات-

هذا المنهاج بالتعاون مع الجمعية الألمانية لتعليم الكبار، وبدعم من الوزارة الاتحادية الألمانية للتعاون الإقتصادي والتنمية

إن الآراء الواردة في هذا المنهاج لا تعبر بالضرورة عن آراء الجمعية الألمانية لتعليم الكبار، فهي خلاصة مخرجات تطوير القدرات المؤسسية التي نفذتها الجمعية الألمانية لتعليم الكبار في مجالات التدريب، وإعداد المناهج، والأدلة التعليمية مع مركز تنمية مجتمع محلي عيرا ويرقا

الطبعة الأولى، 2019.

جميع حقوق الطبع، لمركز تنمية مجتمع محلي عيرا ويرقا.

هاتف - 3521049 - 5 (962) .

فاكس - 3521049 - 5 (962) .

بريد الكتروني : eyraayarqa@gmail.com

تعليم الكبار .

منهجيات وأدوات تعليم الكبار، هي أكثر من مجرد تعلم القراءة والكتابة، وهي مجموعة متكاملة من العمليات التعليمية المنظمة التي تستمر مدى الحياة، وهي الأداة التعليمية التنموية الفاعلة التي تستند إلى مفاهيم التربية لتمكين المجتمعات المحلية، وتحسين مستوياتها الحياتية والمعيشية، وهي المجال التعليمي الواسع الذي يراعي الاحتياجات، والفرص، والمفاهيم، والبيئة الثقافية المجتمعية السائدة كمدخل للتنمية.

مكونات المنهاج:

(يتكون الإطار التعليمي للمنهاج من أربعة أجزاء، الأول: تهيئة المناخ التعليمي، والثاني: التفكير لقراءة الواقع، والثالث: التفكير للتنمية وللتخطيط المستقبلي، والرابع: المشاركة والمبادرات المجتمعية والتدبير المنزلي) ويتكون المحتوى من مجموعة من الموضوعات التعليمية المتصلة بالوعي الوظيفي والتمكن للعمل

الاسترشاد:

تم الرجوع والاسترشاد والاقتباس في إعداد وتطوير هذا المنهاج بالرجوع إلى مجموعة من المواد التدريبية، والخبرات المحلية والدولية، وإلى عدد من المراجع والمواقع الالكترونية.

الطبعة الأولى التجريبية

غير مخصصة للبيع

عمان 1441هـ / 2019

الإعداد والتطوير

إخلاص الزيادات

ميسرة ممارسة بمجالات تعليم الكبار
مركز تنمية مجتمع محلي عيرا ويرقا

تتقدم الجمعية الألمانية لتعليم الكبار
مركز تنمية مجتمع محلي عيرا ويرقا، ومُعد ومطور هذا المنهاج
من السادة : (حسين الربيع، جواد القسوس، هبه خريسات)
على ما قدموه من جهد وملاحظات في إعداد هذا المنهاج

التدقيق اللغوي

د. منذر الشبول

التنسيق والطباعة

الحرّة لتجهيز المؤتمرات والمناسبات

www.alhurraconference.com

التطبيق التجريبي

مركز تنمية مجتمع محلي عيرا ويرقا

إخلاص الزيادات
ريما العلاوين

منذ العام 2010 تعمل الجمعية الألمانية لتعليم الكبار DVV International مع العديد من الشركاء الحكوميين وغير الحكوميين في الأردن، على تعزيز مفهوم تعليم الكبار/ الراشدين للتنمية، وتطوير مقاربات للتدريب، بالتوازي مع بناء القدرات المؤسسية. وتقييم الحاجات والتشبيك.

وخلال ما يقارب العشر سنوات، تم إعداد وبناء قدرات أكثر من 200 من المدربين والميسرين والمدراء لأكثر من 30 مؤسسة محلية، بما يتصل بالمقاربات الحديثة القائمة على مفاهيم التشاركية والتربية الشعبية ضمن مرتكزات تعليم الكبار، لتوفير تعلم كبار أفضل جودة ويوائم الحاجات المجتمعية، ويعزز إدارة مؤسسات تعليم الكبار.

في هذا العام 2019، قمنا مع شركائنا بتطوير مجموعة من المناهج التعليمية والتدريبية، وبتلخيص وتوثيق للخبرات التي تراكمت خلال الفترة الماضية، ونعتقد بأنها فرصة لمشاركتها مع المعنيين والمهتمين، والتي تأتي ضمن مطبوعات لمواضيع تدريبية متعددة تعكس التجربة العملية في سياق التعلم للتنمية ضمن عمليات تعليم الكبار.

أود اغتنام هذه الفرصة لأقدم بالشكر والتهنئة لمعدي هذه المطبوعات على العمل الرائع الذي أنجزوه، والذي يشكل نتاج تجارب تطبيقاتهم العملية، كما نأمل أن تشكل هذه المطبوعات مساهمة لدفع وتعزيز مفهوم تعليم الكبار/ الراشدين للتنمية، والتي ستكون مفيدة للمؤسسات العاملة في مجالات تعليم الكبار في الأردن والعلم العربي.

نازاريت نازارتيان

ممثل الجمعية الألمانية لتعليم الكبار في الأردن
المدير الإقليمي للجمعية الألمانية لتعليم الكبار في الشرق الأوسط

المحتويات

9	• مفهوم عمل مراكز تنمية المجتمع المحلي /مركز تنمية مجتمع محلي غيرا ویرقا.
11	• الجمعية الألمانية لتعليم الكبار
13	• تمهيد
14	• من هم المُستهدفون
14	- المُستهدفون
14	- خصائص تعليم الكبار
15	• التفكير لأجل التنمية
16	• الإطار العام للمنهاج
18	• أجزاء المنهاج
19	• الإطار التعليمي لنموذج الجمعية الألمانية لتعليم الكبار في الاردن

21	1	تهيئة البيئة التعليمية
22	1,1	التعارف بين المشاركين والتعريف بالبرنامج
22	-	نشاط التعارف
22	-	تنفيذ نشاط التعارف
23	-	نشاط كسر الجمود
23	-	برنامج التنمية والتمكين المجتمعي
23	-	مرحلة التفكير لقراءة الواقع
23	-	مرحلة التفكير للعمل
24	-	مخطط سير البرنامج حسب الإطار التعليمي للجمعية الألمانية لتعليم الكبار
24	-	رصد التوقعات
24	-	التعاقد التربوي
24	-	التقييم القبلي

25	2	التفكير لقراءة الواقع
26	2.1	مفاهيم في تطوير الذات
26	-	مفاهيم تطوير الذات
26	-	القدرة والمعرفة والمهارة
26	-	القدرة
26	-	المعرفة
27	-	المهارة
28	-	نشاط من غير كلام
28	-	المبول
29	-	الذات
29	-	تطوير الذات
31	-	بعض القدرات والموارد التي يجب استغلالها في تطوير الذات

32	2.2	التخطيط لتحقيق الهدف
32	-	الهدف
32	-	طبيعة الهدف
32	-	اهمية وضع الاهداف
33	-	خطوات تحقيق الاهداف
33	-	تحديات تحديد الاهداف

33	- أقسام الأهداف
35	- التخطيط
37	○ أهمية التخطيط
38	2.3 حل المشكلات
38	- مفهوم المشكلة
38	- أركان المشكلة
39	- أنواع المشكلات
40	- نقاط يجب الإتفاق عليها في حل المشكلات
40	- أخطاء في تحديد المشكلات
41	- حل المشكلات
41	- خطوات حل المشكلة
41	- أسباب الفشل في حل المشكلات
42	2.4 فن اتخاذ القرار.....
42	- تعريف القرار
42	- مراحل إتخاذ القرار
43	- أصناف مُتخذي القرار
44	- العوامل التي تؤثر في إتخاذ القرار
45	3 التفكير للعمل
46	3.1 مهارات التواصل والاتصال
46	- عناصر الإتصال
47	- أقسام الأتصال
47	- أنواع الاتصال
50	- مهارة الاستماع
51	3.2 إدارة وتنظيم الوقت
51	- الوقت
51	- خصائص الوقت
52	- تقسيم الوقت على الانشطة
53	- إفتراضات عن الوقت (تقييم ذاتي)
55	- إدارة الوقت
55	- هناك الكثير من مضيعات الوقت
55	- ترتيب الأولويات
57	- وقت الذروة ووقت الخمول
57	- أهمية إدارة الوقت
58	3.3 مهارة تمالك الضغوط
58	- الضغوط
58	- آثار الضغوط
58	- مراحل الضغوط التي يمر بها الإنسان
59	- لماذا تؤثر ضروف الحياة بالانسان
59	- أنواع الضاغطات
60	- تأثير الضغوط على حياتنا
60	- المؤشرات أو المدلولات للضغوط
60	- الطرق الخاطئة لتمالك الضغوط
61	- الحلول العملية لتمالك الضغوط

3.4	فن التعامل مع الزبائن	62
-	مفاهيم فن التعامل مع الزبائن	62
-	ماذا يتوقع من العميل / الزبون	64
-	مراحل البيع وتقديم الخدمة	65
3.5	فن التفكير	67
-	التفكير	67
-	مهارات في تعلم التفكير	67
-	تحسين التفكير	69
3.6	التسويق الإلكتروني	70
-	مفهوم التسويق الإلكتروني	71
-	مراحل التسويق الإلكتروني	72
-	اهم الفروقات بين التسويق التقليدي والتسويق الإلكتروني	72
-	مزايا التسويق	73
-	التسويق عبر مواقع التواصل الاجتماعي	73
-	كيف تسوق نفسك عبر الفيس بوك	74
3.7	مهارات الإقناع	75
-	مفهوم الإقناع	75
-	نماذج التأثير الأربعة	75
-	الإقناع يبدأ بالمصادقية	75
-	عناصر الإقناع	76
-	عوامل نجاح الإقناع	77
-	أمور للتفكر بها ومراعاتها في عملية الإقناع	77
-	عوائق الإقناع	77
3.8	مقابلات العمل	78
-	مقابلات العمل	78
-	التخطيط للمقابلة	78
-	بعض الأسئلة للتفكر بها والإستعداد لها قبل المقابلة	78
-	العناصر الأساسية في مقابلات العمل	78
-	أمور للتفكر بها ومراعاتها في مقابلة العمل	79
-	أنواع مقابلات العمل	79
-	الإهتمام بالهندام لمقابلة العمل	80
-	التقييم البعدي	80
-	إعداد التقرير النهائي	80
-	الخاتمة	81
-	المراجع	82

مفهوم عمل مراكز
تتمة المجتمع
المحلي



"مركز تنمية مجتمع محلي عيرا ويرقا"

تأسس مركز تنمية المجتمع المحلي - عيرا ويرقا في عام 2008، في منطقة عيرا بمحافظة البلقاء بموافقة وزارة التنمية الاجتماعية، لتوفير البرامج وتقديم الخدمات الاجتماعية والثقافية والاقتصادية، والانخراط في الأنشطة التي من شأنها تعزيز ودعم تنمية المجتمع، والحد من الفقر والبطالة في المجتمع المحلي في عيرا ويرقا.

يقدم مركز تنمية مجتمع محلي عيرا ويرقا الكثير من الأنشطة والخدمات الرئيسية، ومنها؛ صندوق الائتمان لمنح القروض للأسر لبدء مشاريع محلية صغيرة تدر دخلاً، والنادي الرياضي الذي يوفر فترات صباحية ومساءنية للسماح لأكثر عدد ممكن من النساء في المشاركة. ويتقاضى المركز نسبة من رسوم التسجيل للإنفاق على الخدمات الأخرى في المركز وصيانة النادي.

يحرص المركز على عقد المحاضرات التي تستهدف كافة أفراد المجتمع المحلي من كلا الجنسين، ومن مختلف الأعمار، كما يحرص على زيادة وعي المشاركين وتثقيفهم على المستويين الشخصي والاجتماعي. ويقدم المركز رحلات سياحية؛ اجتماعية، ومحلية، ودورات حرف يدوية، وطهي بناء على الطلب المتزايد من المجتمع لذلك.

قدمت الجمعية الألمانية لتعليم الكبار الدعم المستمر للمركز، من خلال؛ برامج التنمية والتمكين المجتمعي، والدورات التي تستهدف رفع الوعي المجتمعي على المستويين؛ الشخصي والاجتماعي، وعلى مستوى مركز تنمية المجتمع المحلي، ووضع الخطط المجتمعية للمركز، وتدريب الموظفين. وقامت الجمعية الألمانية بتمويل ودعم إنشاء غرفة موارد مجهزة تجهيزاً جيداً، والكثير من الأنشطة والخدمات.

الجمعية الألمانية لتعليم الكبار

تقوم رؤية الجمعية الألمانية لتعليم الكبار على محاربة الفقر، وذلك بدعم التعلم من أجل التنمية، فهي تعمل على دعم سياق مستدام للتعلم الإضافي والمستمر مع الأفراد والمؤسسات التعليمية والجهات الحكومية، وتدعم تطوير المساحات النوعية للتعلم مدى الحياة مع الشركاء الوطنيين، إذ تعمل الجمعية الألمانية لتعليم الكبار مع أكثر من 200 شريك، وفي أكثر من 30 دولة حول العالم في إفريقيا وآسيا وأمريكا اللاتينية وأوروبا، ومقر مكتبها الرئيسي في مدينة بون بألمانيا.

تركز مكاتب الجمعية الألمانية حول العالم عملها في مجالات؛ محو الأمية، والتعليم الأساسي، والتعلم المهني، والتعلم العالمي والثقافي، والتعلم البيئي، والتنمية المستدامة، والهجرة والتكامل، والعمل مع اللاجئين، والتثقيف الصحي، والتعليم الديمقراطي .

تم افتتاح مكتب الجمعية الألمانية لتعليم الكبار في الأردن، حيث مقر المكتب الإقليمي لمنطقة الشرق الأوسط عام 2010، وبلغ عدد شركاء مكتب الجمعية الألمانية لتعليم الكبار في الأردن أكثر من 34 شريكاً، وأكثر من أربعة آلاف شخص التحقوا في برامج تعليمية وتدريبية، والعديد منهم الآن من ريادي الأعمال ومدرّبين. وتم تطوير نموذج العمل واعتماده في مكتب الأردن، بحيث يفسح المجال لانتقال العقل من حالة العقل الناقل إلى العقل الناقد، مما يحول التحديات والمشكلات لدى المتدربين إلى فرص، ويجعل التعلم نهج حياة.

إن منهجيات وأدوات تعليم الكبار، هي أكثر من مجرد تعلم القراءة والكتابة، بل هي مجموعة متكاملة من العمليات التعليمية المنظمة التي تستمر مدى الحياة، والأداة التعليمية التنموية الفاعلة التي تستند إلى مفاهيم التربية لتمكين المجتمعات المحلية، وتحسين مستوياتها الحياتية والمعيشية، كما أنها المجال التعليمي الواسع الذي يراعي الاحتياجات والفرص والمفاهيم والبيئة الثقافية المجتمعية السائدة كمدخل للتنمية، وصولاً إلى تشكيل حالة تسهم في تحول العقل من العقل الناقل إلى العقل الناقد.

تعمل الجمعية لتحقيق أهدافها ضمن ثلاثة مستويات:

المستوى الجزئي: (Micro Level): يهدف إلى تدريب وتمكين الكبار والعاملين في مجال تعليم الكبار، من خلال شراكات محلية بتطوير ونشر أساليب مبتكرة لمحاربة الفقر والبطالة خاصة بين الشباب بالتدريب والتأهيل.

المستوى المتوسط: (Meso Level): تسعى الجمعية إلى بناء وتعزيز قدرات المؤسسات العاملة في مجالات تعليم الكبار كمراكز تعليم كبار تنموية، تستجيب لمتطلبات أفراد المجتمع المحلي، والفئات المستهدفة، وتعزيز الممارسات الناجحة وذلك بتسهيل وتقوية الروابط والعلاقات المحلية والإقليمية والدولية في مجالات تعليم الكبار.

المستوى الكلي: (Macro Level): نشر مفاهيم ومبادئ تعليم الكبار في سياسات وتوجيهات الأطراف المعنية، إذ تدعم الجمعية توجهات الحكومات والمؤسسات الأخرى نحو تعليم الكبار كأداة تساهم في التنمية الاجتماعية والاقتصادية.

تمهيد

يسر مركز تنمية مجتمع محلي غيرا ويرقا، أن يضع بين أيديكم هذا المنهاج والمنهاج التدريبي، والذي تم تطويره بالتعاون مع الجمعية الألمانية لتعليم الكبار، وهو منهاج تم تصميمه لمساعدة المدربين والميسرين على تطبيق مجموعة من التدريبات المتصلة ببرامج تعليم الكبار .

تسعى الجمعية الألمانية لتعليم الكبار إلى تقديم المساعدة للمجتمعات المحلية، وتحديداً؛ الفئات المهمشة منها، ومساعدتهم على تجاوز تحديات الحياة اليومية، والسعي إلى تقديم الخدمات ضمن أطر تنمية مستدامة.

من خلال برنامج التنمية والتمكين المجتمعي الذي يهدف إلى رفع المستوى الاقتصادي للأسر، قامت الجمعية الألمانية باعتماد ثلاث مراحل للمشاركة في البرنامج. وتعتبر مرحلة التوجيه (التفكير لقراءة الواقع) من أهم المراحل التي تساعد المشارك على فهم ذاته، وتعزيز قدراته ليوجه نفسه إلى الفرص التعليمية المناسبة، ومن ثم مرحلة التمكن للعمل والحياة، يليه مرحلة التفكير للتنمية والمستقبل التي تقوم على تعزيز مهارات المشاركين، وتساعدهم على الانخراط بسوق العمل بسهولة.

تحاول هذه المادة التدريبية أن تضع بين أيدي ميسري البرنامج توصيفاً مختصراً عن الموضوعات التدريبية في مرحلتها؛ التفكير لقراءة الواقع، والتفكير للتنمية والمستقبل. وفي إطار ذلك، سنتناول الموضوعات التالية :

• مرحلة التفكير لقراءة الواقع (التوجيه)

- ✓ مفاهيم للمساعدة في تطوير الذات.
- ✓ التخطيط لتحقيق الهدف.
- ✓ حل المشكلات.
- ✓ فن اتخاذ القرار.

• مرحلة التفكير للتنمية والعمل

- ✓ مهارات التواصل والاتصال.
- ✓ إدارة وتنظيم الوقت .
- ✓ مهارة تمالك الضغوط .
- ✓ فن التعامل مع الزبائن .
- ✓ فن التفكير .
- ✓ التسويق الإلكتروني.
- ✓ مهارات الإقناع .
- ✓ مقابلات العمل.

❖ من هم المستهدفون

- **المستهدفون:** الفئة العمرية التي تزيد عن 18 سنة، ومن كلا الجنسين.

● خصائص تعليم الكبار :

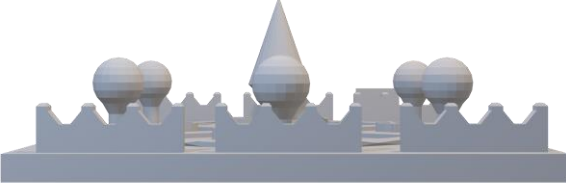
- غالباً ما يشعر الكبار بالقلق حيال إشراكهم في مجموعة، فيمكن أن يبدو عليهم الضعف سواء من الناحية المهنية أو الشخصية.
- يضيف الكبار الكثير من الخبرات والمعرفة لأي موقف تعليمي.
- الكبار متعلمون يتخذون القرارات ويوجهون أنفسهم.
- تحفز الكبار المعلومات والمهام التي يجدون فيها مغزىً.
- لدى الكبار الكثير من المسؤوليات، ولا يصبرون على إضاعة وقتهم.

● يحتاج الكبار لأن :

- يعرفوا سبب تعلمهم.
- يوجهوا أنفسهم بأنفسهم.
- ينخرطوا في حل المشكلات.
- يبدأون في التطبيق الفوري.

● تعليم الصغار وتعليم الكبار

تعليم الكبار	تعليم الصغار
إرادي	إجباري
المتعلم مشارك	المتعلم مستقبل
التركيز على المشكلة	التركيز على المادة
الدافع خارجي وداخلي	الدافع خارجي (ثواب / عقاب)
جو ودي، وتقدير واحترام	جو رسمي تنافسي
مشاركة في تحديد الاحتياجات	المعلم يحدد الاحتياجات
مشاركة المعرفة بين الحضور	نقل المعرفة من المعلم
التقييم بواسطة المتعلم	التقييم بواسطة المعلم



يُعد التفكير - في الواقع والخبرات والموارد المحلية- إحدى الأدوات التعليمية التي تنتهجها الجمعية الألمانية لتعليم الكبار، ضمن مسارات؛ التعلم المجتمعي، والتربية الشعبية للتنمية، والتي تهدف إلى استثارة اهتمام المشاركين بواقعهم وبقدراتهم الذاتية ومواردهم المتاحة.

ولكل مجتمع معارفه، وموروثه، وتراثه، وثقافته، وموارده الخاصة، والتي تشكل في النهاية جزءاً لا يتجزأ من هويته الثقافية، وقد تكون هذه الهوية هي المصدر الأهم في حياتهم، واستقرارهم الاجتماعي والاقتصادي، فالكثير من الشعوب تعتمد في دخلها على ما تنتج من واقع خبراتهم ومواردهم المتاحة، وخصوصاً الثقافية؛ ففي المجالات السياحية على سبيل المثال، قد تشكل هذه الثقافة مدخلاً هاماً في التنمية المحلية.

والتفكير عملية تعليمية يستطيع من خلالها الميسر، تعزيز قدرات المشاركين على الحوار والتعبير ومشاركة المعارف والتجارب والخبرات، والتي تُسهم في قدرة المشاركين على تشخيص المشكلات، والتحديات، وربطها بالواقع، كما وتُسهم في رؤية الفرص بدلاً من المشكلات، وتنتقل مع المشاركين إلى نمط العقل الناقد بدلاً من العقل الناقل.

الإطار العام للمنهاج

منهاج التفكير للتممية والتمكين المجتمعي دليل وإطار مرجعي للمدربين العاملين في مجالات تعليم الكبار، ويستند إلى منهجيات ومفاهيم التربية الشعبية، ويوفر مجموعة من الأدوات والأساليب التدريبية الميسرة للعملية التدريبية، كما ويُعد، مادة يمكن البناء عليها للرد على الاحتياجات المعرفية والمهارية لدى الكبار. وعليه، فالمستهدفون من هذا المنهاج هم فئات المجتمع كافة، إلا أنه يلزم التنويه إلى أن الآلية التي تتيح تطبيق هذا المنهاج، تعتمد أساساً على توافر كوادر مجتمعية من ميسرين ومدربين قادرين على تنفيذ المنهاج في المجتمعات المحلية، ومؤهلين في التربية الشعبية كممارسة تعليمية مع المجتمع والفئات المستهدفة.

الهدف العام:

تعزيز الممارسات التعليمية للمدربين العاملين في مجالات تعليم الكبار، من خلال مجموعة من المفاهيم والمراحل الأدوات التعليمية بالاستناد إلى منهجيات التربية الشعبية.

الاهداف الخاصة

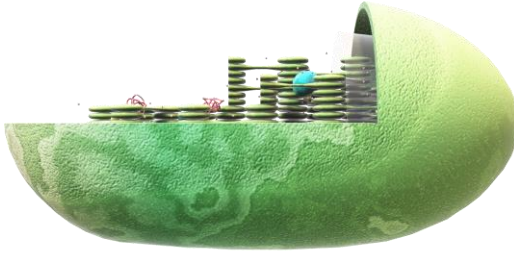
يستهدف المشروع الفئة العمرية من سن السادسة عشرة للإناث والذكور من المهمشين والباحثين عن عمل. والأهداف الخاصة هي:

- 1) رفع درجات الوعي والتفكير الإيجابي، بتعزيز مهارات الحوار وقبول الرأي الآخر، ومهارات تحليل وقراءة الواقع، واستبصار الخيارات .

(2) تنمية الحوار بين المدربين والمتدربين، للوصول إلى تعزيز القدرات التدريبية للمدربين مع الكبار، من خلال تسلسل تعليمي يبدأ بإدارة عملية التفكير مع المتدربين، وبما يعزز العملية التدريبية، وينتهي بالقدرة على مساعدة المتدربين في اسبصار الخيارات المتاحة والتخطيط لمستقلهم. والقدرة على التفكير تكون أفضل من المدربين والميسرين للإرشاد الوظيفي، والتمكين الاقتصادي والمهارات الحياتية .

(3) تسهيل تصميم وإنتاج حقائب تدريبية فرعية وفقاً لنوعية البرامج التدريبية.

(4) توفير أساس تعليمي يمكن البناء عليه وتطويره، من خلال الممارسة والعمل الجماعي في المواضيع المطروحة في المادة التدريبية كنصوص تعليمية.



الجزء الأول: التفكير لقراءة الواقع، يستند هذا الجزء إلى إتاحة ما لا يقل عن 70% من الحوار للمتدربين، لقراءة وتشخيص الواقع، وتحديد المشكلات، والحاجات الحياتية اليومية، والأولويات، عبر إثراء الحوار الهادف المبني على المنهجية التشاركية. وتعتبر هذه المرحلة هي المدخل لمرحلة التدريب المهني أو الثقافي.

الجزء الثاني: التمكن للعمل في الحياة، يستند هذا الجزء إلى إتاحة فرص التدريب وفق مخرجات مرحلة التفكير، التي ينتج عنها اختيار المتدربين للتخصصات والحاجات التدريبية التي تناسبهم، ويترك المجال للمدرب المختص لتعزيز القدرة المعرفية والمهارية المتخصصة.

الجزء الثالث: التفكير للتنمية والمستقبل، يستند هذا الجزء إلى تعزيز المهارات الاستخدامية في الحياة اليومية وسوق العمل، وبما يعزز القدرة التنافسية للمتدربين بسوق العمل، إضافة إلى أن هذه المرحلة تساعد المتدربين على التخطيط لحياتهم الاجتماعية والاقتصادية والمهنية المستقبلية.

الإطار التعليمي لنموذج الجمعية الألمانية لتعليم الكبار في الأردن

الهدف العام:

رفع الوعي لتعزيز تنافسية المشاركين للفرص التشغيلية، بتعزيز الممارسات التعليمية المستندة إلى منهجيات التربية الشعبية.

المحور التعليمي	الاهداف	المخرجات	الكفايات
التفكير لقراءة الواقع	(1) تهيئة بيئة تعليمية قائمة على الحوار، وقبول الرأي الآخر، والثقة بالقدرة الذاتية. (2) رفع درجات الوعي والتفكير الإيجابي، ومهارات تحليل وقراءة الواقع بطرق موضوعية. (3) استبصار الخيارات التعليمية المتاحة، وتعزيز الخيار التعليمي كمدخل لتحسين نوعية الحياة.	(1) الميسرون العاملون في مجالات تعليم الكبار قادرون على تنمية الحوار في البيئة التعليمية لأجل التنمية (2) المشاركون قادرون على: - التعبير حول المكنون المعرفي والمهاري لديهم . - مناقشة وطرح آراء حيال الرأي الآخر، والواقع بأسلوب حوارى ايجابي. - الوقع بمعيقات وفرص التعلم والتدريب. - طرح خيارات تعليمية مناسبة لهم من مجموعة من الخيارات المتاحة.	أن يكون الميسر قادراً على تعزيز قدرات المشاركين للدرجة التي تمكنهم من: (1) تحديد عدد من المشكلات، التحديات، الفرص المتاحة المتصلة بمجالات التعلم والتدريب. (2) ربط الواقع بمعيقات وفرص التعلم والتدريب. (3) الحديث مع المجموعة ومشاركة الحوار لمرتين على الأقل. (4) اختيار خيار تعليمي واحد مناسب له على الأقل.
التمكن للعمل والحياة	(1) إكساب المشاركين المعارف بالمؤسسات والبرامج التي توفر خدمات التعلم والتدريب. (2) إكساب المشاركين المعارف بمتطلبات واشتراطات الالتحاق بمؤسسات وبرامج التدريب المهني. (3) إكساب المشاركين المعارف المتصلة باحاجات سوق العمل والتشغيل للمهن المختلفة. (4) استثارة اهتمام المشاركين بالتعلم والتدريب المهني، وتيسير وتعزيز التحاقهم بمؤسسات وبرامج تدريب مهني متاحة. (5) تعزيز فرص حصول المشاركين على مؤهلات تدريبية معترف بها بحرف وتخصصات مهنية مختلفة.	المشاركون قادرون على: (1) تحديد المؤسسات والبرامج التي توفر خدمات التدريب المهنيين ومهارات الحياة. (2) معرفة متطلبات وشروط الالتحاق بالمؤسسات التعليمية والتدريبية (3) تشخيص حاجات سوق العمل من المهن والمهارات. (4) التسجيل في مؤسسات وبرامج التدريب المهني، أو مؤسسات تعليمية أخرى، وحصولهم على مؤهلات تدريبية مُعترف بها	أن يكون الميسر قادراً على تعزيز قدرات المشاركين للدرجة التي تمكنهم من: (1) تعداد ما لا يقل عن 5 مؤسسات وبرامج تقدم التدريب المهني. (2) شرح ميزات 3 تخصصات بسوق العمل. (3) تحديد متطلبات وشروط الالتحاق بالتدريب المهني، وشرح فرص حرفتين على الأقل في سوق العمل. (4) الالتحاق ببرامج للتدريب المهني، او برامج تعليمية أخرى، والحصول على شهادات مُعترف بها .

التفكير للتنمية والمستقبل	(1) رفع درجات وعي المشاركين بمعيقات وفرص التنمية، وتعزيز قدرتهم على ربط المواقف والممارسات بالتنمية وبنوعية الحياة. (2) رفع مستوى تنافسية المشاركين للوصول إلى فرص تشغيلية من خلال تطوير المهارات الاستخدامية والحياتية . (3) استبصار الخيارات والفرص التشغيلية المتاحة، وتعزيز روح العمل والتشغيل الذاتي كمدخل للتنمية، ولتحسين نوعية الحياة.	المشاركون قادرون على: (1) تشخيص معيقات التنمية والتشغيل . (2) رؤية الفرص والتحديات وربطها بالنمو والتنمية. (3) التمكن من ممارسة مهارات استخدامية وحياتية مختلفة معززة للتنمية وفرص العمل والتشغيل. تحليل واقع سوق العمل والتشغيل، ورؤية الفرص التشغيلية المناسبة لهم من مجموعة من الفرص المتاحة.	أن يكون الميسر قادراً على تعزيز قدرات المشاركين للدرجة التي تمكنهم من: (1) تحديد عدد من الممارسات، المواقف، التحديات، الفرص المتاحة المتصلة بالتنمية والتشغيل. (2) تحديد خمسة مهارات على الأقل تزيد من تنافسيتهم في سوق العمل (3) ممارسة ثلاث مهارات على الأقل يرونها مهمة في وصولهم لفرص العمل. (4) اختيار خيار تشغيلي واحد مناسب له على الأقل، وقادر على وضع خطة مستقبلية لذلك. (5) الحصول على مقابلات للوظيفة، أو تقدموا بطلبات لتأسيس مشاريع خاصة، أو الوصول إلى فرص تشغيلية، أو تأسيس مشاريع خاصة.
المشاركة المجتمعية	(1) رفع درجات وعي المشاركين بأهمية المشاركة المجتمعية في التنمية المحلية المُستدامة. (2) تطوير معارف المشاركين ع بالواجبات والمسؤوليات المجتمعية والحقوق المدنية الخاصة بهم. (3) تنمية الشعور بالمسؤولية والانتماء لدى المشاركين، وإثارة إهتمامهم بأهمية المشاركة المجتمعية بمختلف المجالات. (4) تحفيز الطاقات المجتمعية للمشاركة في التنمية، والمشاركة في القرار. (5) تحفيز عملية التكامل في التنمية المجتمعية من خلال التواصل والتنسيق مع مختلف القطاعات المعنية.	المشاركون قادرون على: (1) امتلاك معارف بأهمية المشاركة المجتمعية في التنمية المُستدامة، والمعرفة بما لهم من حقوق وما عليهم من مسؤوليات. (2) توظيف طاقاتهم في مبادرات وانشطة مجتمعية مختلفة . (3) تولد لديهم الإهتمام في المشاركة بصنع القرار، وفي التواصل مع القطاعات الخدمية المختلفة. التواصل والتنسيق مع مؤسسات حكومية أو غير حكومية والمشاركة معاً في مبادرات وانشطة مجتمعية.	أن يكون الميسر قادراً على تعزيز قدرات المشاركين للدرجة التي تمكنهم من: (1) طرح ما لا يقل عن ثلاثة أدوار مجتمعية مهمة في التنمية وتحديد عدد من التحديات التي تواجه التنمية. (2) تعداد ما لا يقل عن ثلاث مسؤوليات مجتمعية، وثلاثة حقوق مدنية. المساهمة أو الانخراط في مبادرة أو نشاط مجتمعي على الأقل (4) المشاركة مع ما لا يقل عن ثلاث مؤسسات حكومية أو غير حكومية في مبادرات وأنشطة مجتمعية.

تهيئة البيئة التعليمية



1.1 التعارف بين المشاركين والتعريف في البرنامج

• نشاط التعارف

يعتبر نشاط التعارف من الأنشطة الرئيسية المتعارف عليها في أي ورشة أو دورة تدريبية، يتم فيه تقديم الميسرين والمشاركين والتعارف بينهم، والتعريف بمراحل البرنامج، ومحاولة كسر الجليد، وتحقيق جو من الألفة والراحة النفسية لمساعدة المشاركين في الاندماج في جو البرنامج.

أهداف التعارف :

- 1) التعرف على أسماء المشاركين والميسرين.
- 2) التعرف على مراحل البرنامج.
- 3) كسر الحواجز وخلق جو من الألفة والمودة بين المشاركين.
- 4) توطيد العلاقات بين المشاركين.
- 5) تشجيع المشاركين على طرح أمور يودون مشاركة الآخرين بها.

• تنفيذ نشاط التعارف

الخطوة 1 : اختر طريقة يتم فيها تحديد من سيبدأ بتقديم نفسه أولاً، كأن يكون ذلك حسب الترتيب الهجائي للأسماء، أو حسب شهور الميلاد للمشاركين، أو أي طريقة تراها مناسبة .

الخطوة 2 : يقوم كل مشارك بذكر اسمه بصوت عالٍ، مرفقاً بصفة تبدأ بذات الحرف الذي يبدأ به اسمه، أو أن تختار النشاط الذي تريد.



• نشاط كسر الجمود

اختر نشاطاً لكسر الجمود، على سبيل المثال؛

3 حقائق وكذبة واحدة

- على كل مشارك كتابة 4 معلومات عن نفسه، على أن تكون إحدى هذه المعلومات غير صحيحة.
- يقوم المشاركون بقراءة المعلومات. وعلى المشاركين معرفة المعلومة الخاطئة.

• برنامج التنمية والتمكين المجتمعي

شرح مراحل البرنامج، وإعلامهم بأهمية كل مرحلة (مرحلة التفكير للواقع (التوجيه)، و(مرحلة التفكير للعمل).

- مرحلة التفكير لقراءة الواقع :

وهي أهم مرحلة في البرنامج؛ إذ يقوم كل مشارك بتوجيه نفسه إلى التدريب الذي يجده مناسباً، بعد قيام الميسرين بمساعدة المشاركين على فهم الذات، وتعزيز قدراتهم، وإمكاناتهم للوصول معهم إلى درجة وعي يستطيع من خلالها أن يحقق الهدف من المشاركة في هذا البرنامج. وأخيراً، تمكنه من اتخاذ القرار حول المهنة التي يريد التدريب عليها.

وفي بعض الحالات، يأتي المشارك ولديه اختيار مسبق للمهنة التي يريد التدريب عليها. وبعد مروره بهذه المرحلة تتغير رغبته في نوع التدريب.

- مرحلة التفكير للعمل

وتعتبر آخر مرحلة في البرنامج، فيعمل الميسر على تعزيز بعض المهارات التي يحتاجها المشارك عند انخراطه في سوق العمل، والتي تساعد على استيعاب التحديات العمل، ومواجهتها للاستمرار والنجاح.

* مخطط سير البرنامج حسب الإطار التعليمي للجمعية الألمانية لتعليم الكبار

• رصد التوقعات

يتم توزيع أوراق على المشاركين، والطلب منهم كتابة توقعاتهم من البرنامج على ورق، ثم استعرض هذه التوقعات .



• **التعاقد التربوي :** تحديد مجموعة القواعد والسلوكيات التي تساعد على تنظيم التدريب بالتعاون مع المشاركين أنفسهم.

• التقييم القبلي :

يتم توزيع نموذج التقييم القبلي على المشاركين، وشرح كيفية تعبئته.

التفكير لقراءة الواقع



2,1 مفاهيم لتطوير الذات

- القدرة والمعرفة والمهارة
استخدام مثال بسيط لتعريف المشاركين في الفرق بين القدرة والمعرفة والمهارة
(قرر جاد دراسة الموسيقى، فأحضر بعض الكتب الخاصة بالموسيقى، وقام بدراستها
واستخدم الآلات الموسيقية للتدريب والعزف).
امتلك جاد المعرفة عن طريق الدراسة.
امتلك جاد المهارة عن طريق التدريب والممارسة.
هل يستطيع جاد ممارسة الغناء بسهولة؟؟؟
طبعاً لا، إلا إذا كان يمتلك القدرة التي تؤهله للغناء وهي الصوت الجميل.

• القدرة :

هي الاستعدادات الفطرية والمواهب والملكات المولودة مع الانسان، والموجودة لديه، والتي تتشكل وتنمو وتتطور معه في مراحل حياته، ومنها؛ القدرات العقلية والتي تعتمد على إمكانيات العقل، وتختلف هذه الإمكانية من شخص إلى آخر، ويتم فيها تفسير الظواهر بأسلوب تحليلي يعتمد على ربط الأفكار، والوصول إلى النتائج من خلال مسببات معينة.
يتم ترجمة هذه القدرات على شكل أفعال ذهنية وحسية، ويجب على الإنسان الاستفادة من قدراته العقلية، وتنميتها بشكل يتيح له الاستفادة بأكبر قدر ممكن من هذه القدرات. والقدرات هي الأساس الذي يؤهل الفرد لاكتساب المعارف والمهارات.

• المعرفة :

هي كافة المعلومات والخبرات التي يحصل عليها الأشخاص طوال حياتهم، والتي يعتمدون عليها بشكل أساسي في شئونهم ، ويجتهدوا في تحقيق أقصى استفادة منها في اتخاذ القرارات المناسبة، والتقدم على غيرهم. وتنقسم المعرفة إلى جزأين أساسيين، وهما :

1) المعرفة الظاهرة

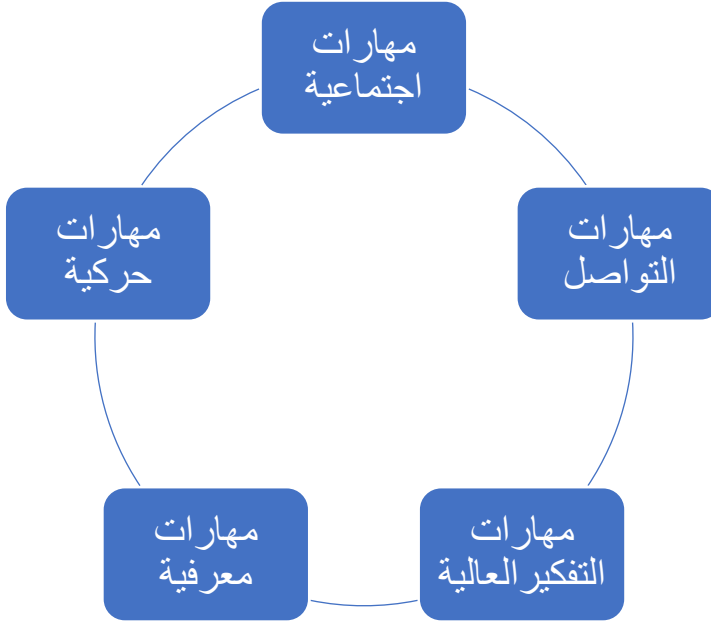
هي المعرفة التي يمكن الحصول عليها من مصادر عديدة، سواء في المستندات، والملفات، أو في الكتب أو المواقع الإلكترونية، أو غيرها.

2) المعرفة الضمنية

هي ما يكمن في عقول الأفراد من خبرات وقيم ومعتقدات وآراء. وتتميز المعرفة الضمنية أنها غير ملموسة. ولذلك، يصعب الحصول عليها نوعاً ما مقارنة بالمعرفة الظاهرة. ولكي يتم الاستفادة من المعرفة الضمنية، يجب تدوينها.

• المهارة :

في المثال السابق، الحويلة الفنية التي يحصل عليها الشخص من التدريب، وتشير إلى القدرة على استخدام تلك المعلومات وتطبيقها في المجال. وفي تعريف آخر، هي؛ التمكن من إنجاز مهمة معينة بكيفية محددة، وبدقة متناهية وسرعة في التنفيذ. وتنقسم المهارات إلى عدة أقسام منها



- **مهارات اجتماعية :** مجموعة المهارات التي يحتاجها الفرد ليتواصل ويتفاعل مع مجتمعه المحيط تفاعلاً إيجابياً مُنتجاً، يعزز دوره كفرد يسعى لتحقيق ذاته.
- **مهارات التواصل :** قدرة الفرد على إيصال أفكاره ومشاعره للآخرين، وفي الوقت نفسه الإصغاء للآخرين، وفهم ما يطرحونه من أفكار.
- **مهارات التفكير العليا:** مجموعة المهارات التي تتجاوز المهارات الأساسية، مثل التفكير الناقد.
- **مهارات معرفية :** مجموعة المهارات التي يحتاجها المتعلم ليصل بنفسه إلى المعرفة، أو ليصدر حكمه على صحتها وقيمتها.
- **مهارات حركية :** القدرة على أداء حركات جسمية بطريقة تحقق المهارة المطلوبة، ويحتاج تحقيقها إلى كثير من التدريب.

- **تنفيذ نشاط (من غير كلام) :** يمثل هذا النشاط مدخلاً لموضوع الميول، حيث يكون لديك بطاقات كُتب عليها أسماء حرف مهنية وهوايات .

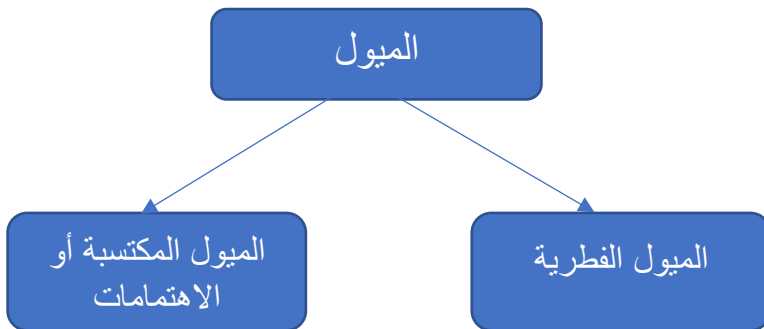
- 1- يتم تقسيم المشاركين إلى مجموعتين .
- 2- يتم اختيار اسم لكل مجموعة، ثم اختيار ممثل للمجموعة .
- 3- يتم قلب البطاقات، ويقوم أحد أفراد المجموعة باختيار إحدى البطاقات، ثم يقوم بتمثيلها. وعلى المجموعة أن تعرف الدلالة من التمثيل .

● الميول

هو التعلق بأمر معين، والانتباه إليه، والاستعداد لبذل أقصى جهد فيه، والاستمرار في الاهتمام به أطول فترة ممكنة.
خصائص الميول :

- (1) مكتسبة عن طريق التعلم مع وجود ميول موروثية.
- (2) غير ثابتة (غير مستقرة) تتأثر بالعوامل الاجتماعية والسياسية والدينية والثقافية والاقتصادية والبيئية.
- (3) تختلف باختلاف الجنس.
- (4) تتغير بتقدم العمر.

- أقسام الميول



• الذات

إن أول طريق للنجاح في الحياة، هو نجاحك في إدارة ذاتك، والتعامل مع نفسك بفعالية.

يجب على الإنسان أن يحب نفسه، وذاته، لأنها مكرمة من الله تعالى، فكلما استطاع الإنسان أن يحب ذاته بشكل أكبر؛ كلما استطاع أن ينظر إليها بموضوعية وحيادية. ويجب على الإنسان أن يبتعد قدر الإمكان عن الاهتمام الشديد بنظرات الآخرين وآرائهم، فنظرة الآخرين لا يمكن أن تكون عنصراً أساسياً في تقييم النفس. وعلى الإنسان أن يثق بنفسه وقدراته، فهذه الثقة هي التي ستجعله يرى عيوبه ومزايه، مما يساعده على تنمية المزايا والتخلص من العيوب التي تعيقه عن الوصول إلى ما يطمح إليه.

• تطوير الذات

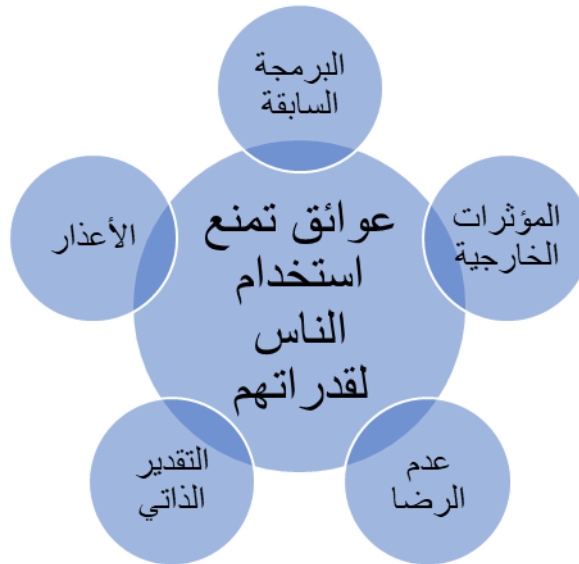
يتبادر إلى الأذهان كثيرٌ من الأسئلة، مثل: (ما الذي يجعل الناجحين أكثر نجاحاً والفاشلين أكثر فشلاً) و(ما الذي يجعل الأغنياء أكثر مالاً وغنى يوماً بعد يوم والفقراء يزدادون فقراً). معظم الناس لا يبحثون بداخلهم كي يكتشفوا قدراتهم الحقيقية، لأن عالمهم المحيط بقدراتهم مليء بالبرمجة السلبية، والاعتقادات والأحاسيس السلبية التي تبرمج بها الماضي من العالم الخارجي، فكانت بداية هذه البرمجة من الوالدين والعائلة ثم من المحيط الاجتماعي، ثم من محيط الدراسة، ثم من الأصدقاء، ثم من وسائل الإعلام، إضافة إلى القيم التاريخية والدينية والجغرافية، فكل شخص لديه الكثير من القدرات والامكانيات والموارد غير مستغلة للوصول إلى ما يطمح إليه.

إذا سألنا شخصاً، كيف نجحت؟ لأجاب؛ عن طريق توظيف قدراته، وإمكاناته، وموارده بالفعل حتى وصل إلى الهدف والنجاح. وهناك بعض المعوقات التي تمنع الناس من استخدام قدراتهم.

فابدأ بالإدراك أولاً، فهو بداية التطوير والتغيير، وأعرف من أنت، وبعد ذلك تقبل نفسك كما أنت، لأن التقبل الذاتي جزء من التقدير الذاتي؛ والتقدير الذاتي يتكون من ثلاثة أجزاء:

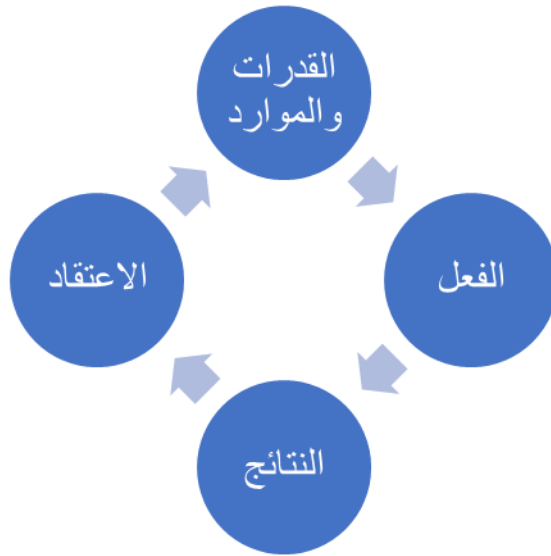
- (1) **التقبل:** أن تتقبل نفسك كما أنت.
- (2) **التقدير:** أن تقدر نفسك، وتقدر خبراتك، وأفكارك، وتجاربك.
- (3) **الحب الذاتي:** أن تحب نفسك كما أنت، شكلك، ولونك، وطولك، والدك، ووالدتك وهكذا.

إذا لم يوجد هذا التقبل والتقدير، سيوجد ضعف في الصورة الذاتية، وضعف في تحقيق الذات، وضعف في التقدير الذاتي. وأخيراً، يجب أخذ القرار، ووضعه بالفعل



- بعض القدرات والموارد التي يجب استغلالها لتطوير الذات :

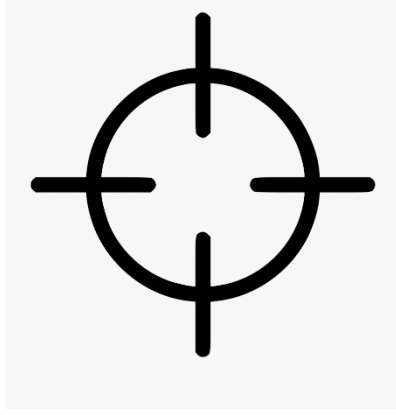
- (1) العلم
- (2) الطاقة
- (3) الوقت
- (4) المال
- (5) العلاقات



وقد تكون هذ القدرات، والموارد ذاتية من الشخص نفسه، أو من الناس الآخرين ، وقد تكون حالية أو مستقبلية. وكل شخص يجب أن يدرك هذه القدرات والموارد، ويستغل كل ما يملك منها، ويقدم أقصى ما لديه لكي يصل إلى هدفه.

تؤثر النتائج على الاعتقاد. لذا، يجب أن تكون هناك تجارب للاستفادة منها، وقد تكون النتائج من الماضي (مرجعيات)، أو من الحاضر (الواقع) أو من المستقبل (الرؤية / المصير)، وقد تكون ذاتية، أو من الآخرين.

2,2 التخطيط لتحقيق الهدف



• الهدف:

هو الأمر الذي يرغب الشخص بتحقيقه، وهو الموجه لسلوك الفرد، وما يشبع الدافع، وإليه يتجه السلوك. أما تعريف الهدف تربوياً؛ فهو الذي يقود ويوجه ويرشد السلوك بهدف الوصول إلى المسعى وتحقيقه، فلولا تلك القيادة، وذلك الإرشاد والتوجيه للفعل والحركة، لحدث في العمل عثرات وفوضى، ولا يحقق السلوك غاية مبتغاة. ويغدو النشاط، وبذل المجهود لا يعني أي شيء، ويتساوى النشاط وعدمه في القيمة، وقد يكون هذا الهدف عاماً أو خاصاً، كبيراً أو صغيراً، نافعاً أو ضاراً.

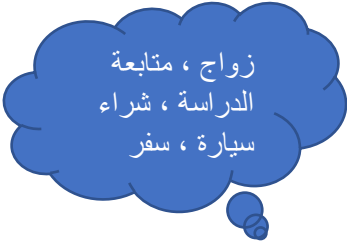
• طبيعة الهدف :

تعتمد طبيعة الهدف على وضع الشخص و قدراته و اهتماماته.
مثال : طالب يرغب أن يكون طبيباً (هدف معين)
موظف يرغب أن يبني بيتاً (هدف معين)

• أهمية وضع الأهداف :

تعد عملية وضع الأهداف وتحديد مفتاح النجاح لحياة الإنسان، لأنها تضع أمام الإنسان مهمات وواجبات معينة، و تجبره على التفكير في طرق تحقيقها.

• خطوات تحقيق الأهداف



- (1) تحديد الهدف
- (2) التعرف على الفوائد التي ستجنيها (لماذا أريد أن أفعل هذا) تحديد العواقب التي يجب أن تتخطاها.
- (3) تحديد المهارات والمعرفة المطلوبة من أجل تحقيق الهدف.
- (4) تحديد الأفراد والهيئات التي تحتاج إلى التعامل معها.
- (5) وضع خطة.
- (6) تحديد وقت معين لإنجاز هذا الهدف.

• تحديات تحديد الأهداف

يعتبر خلق الأعذار أثناء تحديد الهدف من أخطر الأوهام التي يصنعها الإنسان لكي يبرر عدم نجاحه في الحياة، فلكل إنسان موارد وإمكانات تمكنه من الوصول إلى أهدافه، ومن هذه الأعذار :

- (1) الكلام سهل، والتنفيذ صعب.
- (2) لا أملك مالاً.
- (3) سيستغرق وقتاً طويلاً.
- (4) جميع من حولي يحبطوني.

- أقسام الاهداف

- تنقسم الأهداف إلى ثلاثة أقسام :

- (1) أهداف طويلة المدى : وهي الأهداف التي تحتاج إلى وقت طويل لتحقيقها ، ويختلف ذلك الوقت بحسب طبيعة الهدف.
- (2) أهداف متوسطة المدى : وهي الأهداف التي يمكن تحقيقها خلال ستة أشهر وحتى عامين.
- (3) أهداف قصيرة المدى : وهي الأهداف التي يمكن إنجازها خلال أيام أو أسابيع وحتى خمسة أشهر.

- يجب أن تكون الأهداف القابلة للتطبيق؛

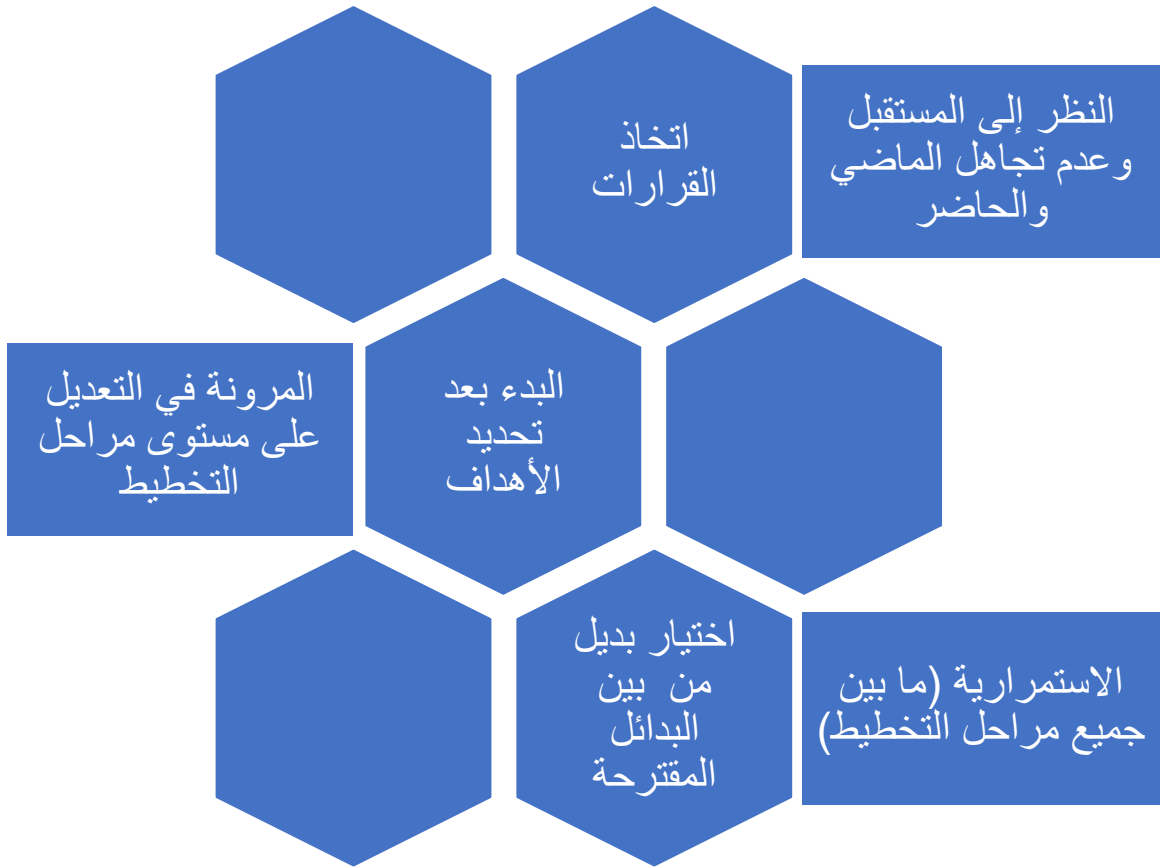
- ✓ . واضحة.
- ✓ . محددة.
- ✓ . طموحة.
- ✓ . عملية.



● هنالك عدة تعريفات للتخطيط، وأهمها :

- التنبؤ بالمستقبل، والاستعداد له: فهو بُعد النظر الذي يتجلى في القدرة على التنبؤ بالمستقبل والتحضير له بإعداد الخطة المناسبة. ويتضح من هذا التعريف؛ أن التخطيط يقوم على عملية التفكير، والتقدير للمستقبل، والنظر في البعد الزمني، والتنبؤ بالمتغيرات، ووضع الخطط لما يخفيه المستقبل، والتأقلم مع الظروف المتغيرة .
- الأسلوب العلمي؛ ويتضمن حصر الموارد البشرية والمادية، واستخدامها أنسب استخدام، وبطريقة علمية وعملية وإنسانية، لسد الاحتياجات. ويتضح من هذا التعريف؛ أن الأسلوب العلمي يتم على أساس الموارد اللازمة لعملية الانتاج، وتنظيم الموارد المالية، واستخدامها بأحسن الطرق، وحاجتها إلى وضع خطة شاملة .
- النشاط الذي ينقلك من وضعك الحالي إلى ما تطمح في الوصول إليه، عن طريق تصميم أعمالك، ووضع خطة لبرامجك .
- عملية ذكية وتصرف ذهني، لإنجاز الأعمال بطريقة منظمة والتفكير قبل العمل، والعمل في ضوء الحقائق، بدلاً من التخمين .

وعليه، فإن طبيعة التخطيط تعني



• أهمية التخطيط

- (1) التنبؤ بالمستقبل بحيث تصبح الأهداف النهائية واضحة.
- (2) الاستفادة من نقاط القوة في تحقيق الهدف، ومعالجة نقاط الضعف.
- (3) التخفيف من المخاطر المتوقعة.
- (4) تحديد الأولويات بالاتفاق مع الاحتياجات.
- (5) السيطرة على مشاكل التنفيذ.
- (6) إنجاز الأمور وتحقيق الرضا.
- (7) الاستخدام الأمثل للموارد والإمكانات.

- بعض الأسئلة التي يجب أن تُسأل عن الجانب الشخصي في عملية التخطيط:
 - أين أنا الآن؟ وما هو وضعي الحالي؟
 - أين أريد أن أكون؟ وما هي طموحاتي المستقبلية؟
 - كيف أصل إلى تلك المرحلة؟ وما هي الوسائل المطلوبة؟
 - كيف أعرف أنني حققت ما أريد؟



واضح ومحدد + تخطيط سليم + تنفيذ بوسائل مناسبة + وتقييم
تحقيق الهدف (النتيجة) .



هدف
مراجعة =

2,3 حل المشكلات



• مفهوم المشكلة

المشكلة بشكل عام؛ هي عائق في سبيل هدف مرغوب، ويشعر الفرد إزاءها بالحيرة والتردد والضيق، مما يدفعه إلى البحث عن حلٍ للتخلص من هذا الضيق، والوصول للهدف. والمشكلة شيء نسبي فيما يعده الطفل مشكلة، فيما قد لا يكون مشكلة عند الكبير.

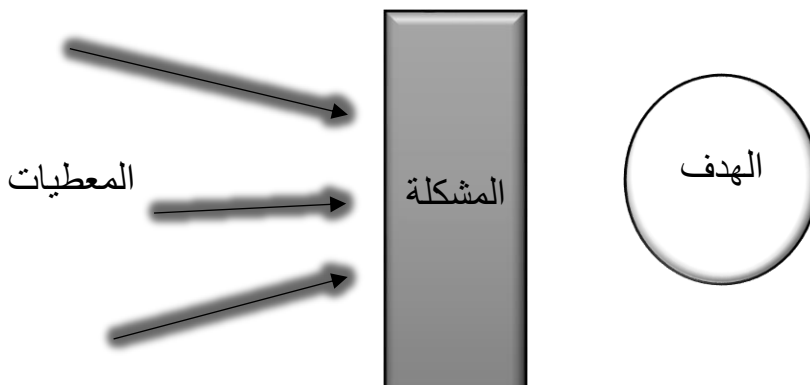
وهي حالة من عدم الرضا، أو التوتر تنشأ عن إدراك وجود عوائق تعترض الوصول إلى الهدف، أو توقع إمكانية الحصول على نتائج فضلى، بالاستفادة من العمليات والأنشطة المألوفة على وجه حسن، وأكثر كفاية.

ويمكن تعريف المشكلة من منظور آخر؛ بأنها نتيجة غير مرضية، أو غير مرغوب فيها، وتنشأ من وجود سبب، أو عدة أسباب معروفة، أو غير معروفة تحتاج لإجراء دراسات عنها، للتعرف عليها، والتمكن من التأثير عليها، كما تختلف المشكلات في درجة حدتها أو تأثيرها.

أركان المشكلة

تتكون المشكلات من ثلاثة أركان:

- **المعطيات:** وهي المعلومات والحقائق التي تصف الحالة فعلياً.
- **الأهداف:** وهي الوضع المطلوب الوصول إليه.
- **العقبات:** وهي الصعوبات التي تعترض عملية الوصول إلى الهدف (الحل).



• أنواع المشكلات

• حسب المعطيات والأهداف :

- (1) مشكلات تحدد فيها المعطيات والأهداف بوضوح تام.
- (2) مشكلات توضح فيها المعطيات، والأهداف غير محددة بوضوح.
- (3) مشكلات أهدافها محددة وواضحة ، ومعطياتها غير واضحة.
- (4) مشكلات تفتقر إلى وضوح الأهداف والمعطيات.

• حسب درجة تعقيد المشكلة :

- (1) مشكلة بسيطة سهلة
وهي تلك المشكلة الناشئة عن أسباب مباشرة لوقوعها.
- (2) مشكلة معقدة صعبة
وهي تلك المشكلة الناشئة عن أسباب عديدة ومتداخلة مباشرة وغير مباشرة.

• حسب إمكانية التنبؤ بوقوع المشكلة :

- (1) مشكلة متوقعة
وهي تلك المشكلة المتوقعة حدوثها عن سابق معرفة.
- (2) مشكلة غير متوقعة :
وهي تلك المشكلة غير المتوقعة حدوثها، ولا يمكن التنبؤ بها.

• كيف يستقبل الناس المشاكل ؟

- عدم وجود مشكلة مما يؤدي إلى تراكم المشاكل.
- تضخيم المشكلة مما يبدو استحالة وجود حل للمشكلة.
- رؤية المشكلة بحجمها الطبيعي، وإدراك وجود الحل لها.

• نقاط يجب الإتفاق عليها في حل المشكلات :



1- المشكلات سنة كونية

كل البشر سيتعرضون للمشاكل.

2- المشكلة فرصة

لا شك أن المشكلة هي صعوبة، ولكن بداخلها فرصة نحن لا ندركها.

3- كل مشكلة ولها حل

لا يوجد مشكلة ليس لها حل، ولكن قد نكون نحن لا نعرف الحل، ما من داء إلا وله دواء؛ علمه من علمه، وجهله من جهله. وهنا، يجب أن تبحث عن الحل وكلك أمل.

4- إدراك المشكلة

هنالك مشكلات لا ندركها تماماً، فبعض الناس لديه مشكلة، ولكنه لا يدرك وجودها مثل؛ المدخنين.

5- اختلاف وجهات النظر

في بعض الأحيان؛ نحن لا نرى مشكلة الطرف الثاني، وهو يرى مشاكلنا. ويختلف الناس بطباعهم وبدرجاتهم العلمية، وبما يملكون من نقود.

• أخطاء في تحديد المشكلات

- تجميع المشاكل الصغيرة كمشكلة كبيرة واحدة ، فمن الحكمة تحجيم العدو وليس تضخيمه أي الحد من المشاكل الصغيرة، وعدم السماح بتضخيمها لتصبح مشكلة كبيرة.
- الاعتماد على المشاعر دون الحقائق.
- القفز إلى الأساليب والحلول دون دراسة المشكلة وأسباب حدوثها.
- التركيز على الأسباب الخارجية فقط.

• حل المشكلات



هي مجموعة العمليات التي يقوم بها الفرد؛ مستخدماً المعلومات والمعارف التي تعلمها، والمهارات التي اكتسبها في التغلب على موقف بشكل جدي. إن الوعي بوجود المشكلة يعد خطوة هامة في عملية حلها، ومن المهم جداً تحديد طبيعة المشكلة بدقة، وإلا فإن الحل المقترح قد لا يأتي بالنتائج المطلوبة. تحتل المعلومة أهمية كبيرة في حل المشكلات فهي الأساس الذي يعتمد في حل جميع المشكلات؛ لأنها تعطي فكرة واضحة عن طبيعة المشكلة وحجمها، وما يواجهنا لنتمكن من وضع الحلول المناسبة لها.

وفي عملية حل المشكلة يجب مراعاة ما يلي

- لا بد من معرفة المزيد من المعلومات عن المشكلة.
- يجب أن تعرف ما تتوقع اكتسابه من حل المشكلة.
- يجب أن تقدر نتائج عدم حل المشكلة.
- يجب أن تشعر أنك حددت وعرفت المشكلة بشكل جيد.

• خطوات حل المشكلة

- 1) تحديد المشكلة وتعريفها
- لأن المشكلة المعرفة جيداً هي مشكلة نصف محلولة.
- 2) تحليل المشكلة
- 3) إعداد قائمة بالحلول المقترحة
- 4) تقييم الحلول
- 5) تحديد الخيار الأفضل واتخاذ القرار
- 6) وضع خطة للتنفيذ
- 7) المتابعة والتقييم

• أسباب الفشل في حل المشكلات

- 1) عدم إتباع منهجية في تحديد المشكلة وحلها.
- 2) وضع المشكلة خارج نطاقها الحقيقي.
- 3) استخدام نوع واحد من التفكير.
- 4) غياب أو تحجيم مشاركة الأطراف المعنية.
- 5) الخوف من الفشل ومن التجديد.
- 6) مقاومة التغيير.

7) التوقف عن التنفيذ أو ترك المتابعة والتقييم.

2,4 فن اتخاذ القرار



• تعريف القرار

- هو الاختيار بين البدائل المتاحة.
- هو عملية التفكير التي ينتج عنها الموازنة بين البدائل لاختيار البديل الأنسب للقيام بعمل ما.
- هو عملية اختيار أنسب البدائل وأفضل السبل لتحقيق هدف ما.

• مراحل إتخاذ القرار

1- الإعداد للقرار

- ما هي المعلومات التي تحتاجها ؟
- من هم الأشخاص الذين لا بد من مشاركتهم القرار ؟
- ما هي آراء الأشخاص أصحاب العلاقة ؟
- ما هي النتائج المرجوة والمتربة من القرار ؟

2) تحديد الأهداف من القرار

3) جمع المعلومات

- تحديد البيانات ذات العلاقة المباشرة.
- تحديد نوع البيانات والمعلومات اللازمة.
- تجنب الانحياز والبحث عن كل المعلومات سواء متفقة أو مختلفة مع وجهة النظر.

4) تنمية وتقييم البدائل

- اجمع عدد مناسب من البدائل.
- اجمع أكبر قدر ممكن من المعلومات عن كل بديل.
- قارن بين الميزات والعيوب لكل بديل.
- استعرض النتائج المرغوبة وغير المرغوبة المحتملة لكل بديل.
- حدد أي من البدائل يحقق الهدف.

5) اختيار البديل المناسب

- استخدام أسلوب التجاهل الأمثل.
- عدم التأخر في اختيار البديل لأن الأوضاع تتغير بسرعة.

6) تنفيذ البديل المناسب .

• أصناف متخذي القرارات

(1) المتسرع

يتصف هذا النوع من متخذي القرار بنفاذ الصبر وحب المخاطرة كما يتمتع بشخصية قوية إضافة إلى أنه لا يهتم كثيراً بالمعلومات (قراراته متسرعة وقد تؤدي إلى خيبة أمل أحياناً).

(2) المسالم

يلجأ هذا النوع من متخذي القرار إلى فعل إي شيء لتجنب اتخاذ أي قرار ويفضل أن يقوم شخص آخر بذلك بدلاً عنه لكي يجنبه المخاطرة (في حال حدوث أي خطأ فإنه يلقي اللوم على الآخرين الذين دفعوه لاتخاذ القرار).

(3) المحقق

يتصف هذا النوع بكونه كثير الشك وعديم الثقة بالآخرين، الأمر الذي يدفعه إلى استكشاف جميع الأمور بنفسه، وسؤال من هم حوله قبل أن يتخذ القرار (قراره سيبنى على نتائج الأسئلة التي طرحت والإجابة عليها).

(4) الديمقراطي

يميل هذا النوع إلى الاجتماع بفريق لمناقشتهم والاستماع لآرائهم في الموقف أو المشكلة (المشكلة هنا أن هذا النوع قد لا يجد أحياناً أناساً يمكن استشارتهم).

(5) صاحب قرار آخر لحظة

يتصف هذا النوع بعدم الإقدام والمبادرة على اتخاذ القرارات عندما يكون لديه متسع من الوقت للقيام بذلك، بل يعتمد إلى تأخير القرار لأي سبب كان إلى أن يصبح تحت ضغط معين (عندها لن يكون أمامه خيار سوى اتخاذ القرار الذي يكون غالباً ارتجالياً).

(6) المتردد

لا يستطيع هذا النوع عادة أن يصدر قراراً نهائياً فمجرد إصداره قراراً ما لا يلبث أن يغيره (ثقلته بقدراته وإمكاناته قليلة، الأمر الذي يؤدي إلى إشاعة الفوضى والارتباك).

(7) العاطفي

يتصف هذا النوع بأنه شديد الثقة في عاطفته ومشاعره، وهو ما يدفعه إلى احترام مشاعر الآخرين، والاستناد إلى آرائهم ليصدر قراره (غالباً يكون القرار نابعاً عن مشاعره).

● العوامل التي تؤثر في عملية اتخاذ القرار

شخصية متخذ القرار :

- قيمه.
- إلهامه.
- اتجاهاته.
- دافعيته.

العوامل الخارجية :

- ردود فعل الآخرين (المتأثرين بالقرار).
- الرأي العام.

العوامل المعوقة :

- الخوف / عدم القدرة على التصرف.
- المعلومات غير الدقيقة وغير الصحيحة.
- التحيز.
- المجاملة.

التفكير للعمل



3,1 مهارات التواصل والاتصال



• عناصر الاتصال الرئيسية :

(1) المرسل

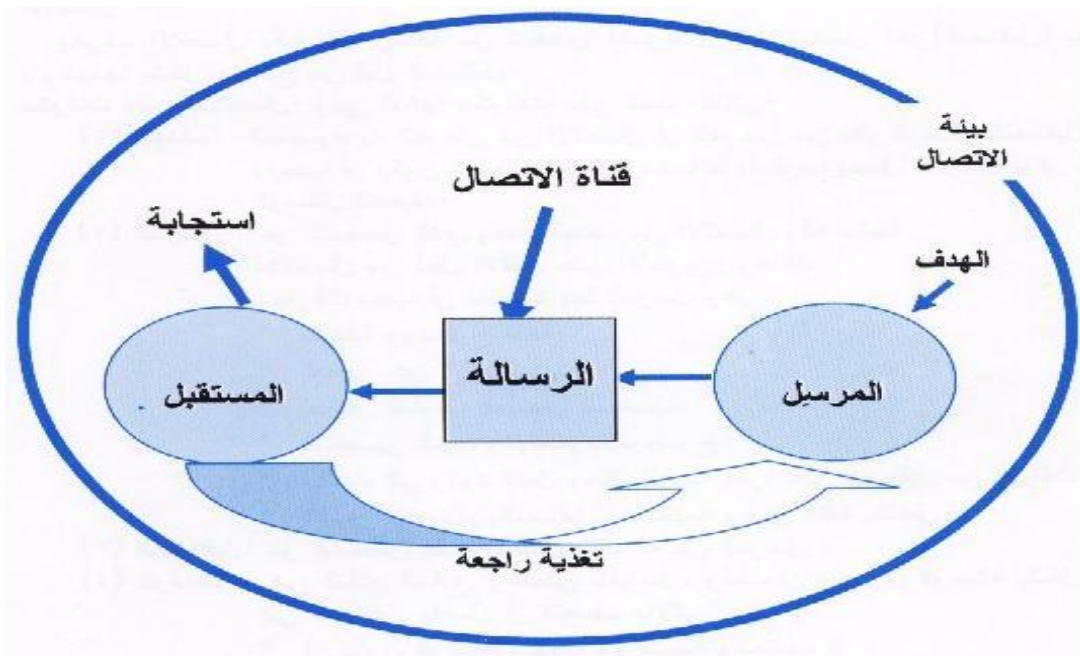
هو الشخص الذي يحمل معلومات أو رسالة معينة يريد أن يوصلها إلى الآخرين. ويختار أفضل السبل لنقل هذه الرسالة لتكون أكثر تأثيراً.

(2) المستقبل

هو الشخص الذي يستقبل الرسالة.

(3) الرسالة

يخضع اختيار الرموز التي تشكل الرسالة لقواعد فنية ودلالية ونفسية، ليصبح لهذه الرسالة أكبر قدر من الفاعلية والتأثير.



• أقسام الاتصال

ينقسم الاتصال إلى:

أولاً : الاتصال الشخصي

هو أسلوب الاتصال الذي تستخدمه مع الأصدقاء والأقارب و زملائك في العمل.

- يتميز بالعفوية والأريحية وعدم الرسمية.
- يستخدم لتعزيز الصداقات، وإطلاق النكات، والتحدث عن الأمور الشخصية.

ثانياً : الاتصال المهني

هو أسلوب الاتصال المستخدم في بيئة العمل، أو ضمن إطار مهني.

- يتسم باللباقة والرسمية.
- البعد عن قول النكات غير اللائقة.
-

• أنواع التواصل :

(1) التواصل الكتابي

هو أكثر أنواع التواصل شيوعاً في مجالات العمل، وقد يكون رسمياً، أو غير

رسمي، مع مراعاة ما يلي :

- يجب معرفة جمهورك (المستقبل) حتى تحدد الصيغة المناسبة.
- التخطيط بعناية لما تريد أن تكتبه؛ للتأكد من أن جميع معلوماتك دقيقة، وذات صلة.
- الحرص على أن تكون الرسالة واضحة وموجزة قدر الإمكان.
- تدقيق ومراجعة الرسالة قبل إرسالها.
- يستخدم في رسائل البريد الإلكتروني، المواقع الإلكترونية ، الكتب الرسمية وجميع الرسائل بشكل عام.

(2) التواصل اللفظي

هو نقل رسالة ما، باستخدام الكلمات المنطوقة، مع مراعاة ما يلي :

- الحرص على الاستماع بعناية للحديث.
- كن مدركاً لأسلوب النطق وانتقاء الكلمات.
- ابتعد عن الكلام المنمق.

- نظم آراءك وأفكارك قبل أن تبدأ حديثك.
- نوّع في أسلوب العرض؛ نبرة الصوت ، ومستواه، وفقاً للجمهور.
- تقديم المواضيع بشكل تسلسلي.
- احرص على التواصل البصري عند الاستماع.
- احرص على طرح الأسئلة لتتأكد من فهمك لكل ما يُقال.
- تجنب القفز إلى الاستنتاجات أثناء الاستماع للآخرين.
- قد يكون التواصل اللفظي
- فظي وجهاً لوجه، أو عبر الهاتف، أو مكالمات الفيديو.

(3) التواصل غير اللفظي

- هو إرسال أو استلام رسائل صامتة.
- ويكون ذلك عن طريق تعابير الوجه - وهي الأكثر شيوعاً- ، ولغة الجسد والهيئة، والتواصل البصري.
- يستخدم لرفع مستوى التواصل اللفظي.

لا تفعل



لا تتأمل أو تقوم بحركات قد يُساء لتفسيرها أو تنتقص من رسالتك



لا تقف بمسافة قريبة جداً أو بعيدة جداً عن هؤلاء الذين تتحدث معهم. سوف تختلف المسافة المهدية المناسبة اعتماداً على ما إذا كانت تربطك بجهة الاتصال علاقة مهنية أو عائلية أو ودية أو حميمة



لا تُحدِّق بالآخرين، وتجنب التواصل البصري أو القيام بالتعبيرات التي لا علاقة لها برسالتك. سوف يشعر الآخرون بأنك غير مهتم أو غير مركز



لا تحن ظهرك أو تُكثِّف ذراعيك أو ساقيك. فهذا يسمى وضعية مغلقة تنقل الانزعاج وعدم الاهتمام

افعل



احرص أن تقوم بإيماءات مدروسة وهادفة للتأكيد على رسالتك وإشراك جمهورك بها



حافظ على مسافة مهذبة واحترم المساحة الشخصية لتجنب جعل الآخرين يشعرون بعدم الارتياح



احرص على التواصل البصري، وقم بتعبيرات هامة وذات صلة وثبتت بصرك على أولئك الذين تتحدث معهم أو تستمع إليهم



كن هادئاً واحرص أن يكون ظهرك مستقيماً وضع ذراعيك على جانبيك أو اشبكهم معاً بطريقة لطيفة. فذلك عبارة عن وضعية مفتوحة تنقل الراحة والثقة

تُعد مهارة الاستماع من أبرز المهارات التي يحتاج إليها الشخص؛ ليحقق تواصلًا ناجحًا مع غيره، وهي إحدى العمليات التي تتطلب من المستمع أن يعطي اهتمامًا كبيراً للحديث الذي تتلقاه الأذن. وهذه المهارة تقود إلى النجاح، و يساعد الاستماع على فهم أولئك الذين تتفاعل معهم تماماً. وستكونُ مدركاً لرسائلهم ومقصدهم الضمني؛ لأنك ستنخرط، وتستجيب بشكل كامل لتواصلهم اللفظي وغير اللفظي.

- كيف تصبح مستمعاً جيداً، وكيف تتم تنمية مهارات الاستماع ؟

- (1) **التركيز:** قرر أن تتجاهل المشتتات، والاستمرار في التركيز على المتحدث، واستمر في النظر إليه لمساعدتك على التركيز على رسالته، وكيف يعمل على إيصالها.
- (2) **التذكر:** ساعد على تنشيط الذاكرة بالطرق التي تعمل بشكل أفضل بالنسبة لك، عن طريق تدوين بعض النقاط، أو أن تحتفظ ببعض التفاصيل الأساسية أو الصور في ذهنك.
- (3) **الأسئلة:** أطرح أسئلة توضيحية بشأن الأفكار المعقدة بالنسبة لك، بدلاً من أن تكون مشاركاً سلبيًا، وأظهر اهتمامك، وعزز من فهمك عن طريق طرح الأسئلة مع المتحدث.
- (4) **الانعكاس:** تأجيل إصدار الأحكام، وفكر بوعي حول ما يقوله المتحدث، وكيفية تأثيره عليك. وادرس إنعكاس ما يقال على نفسك أثناء تحدثه، وتجنب الخروج بالحجج المضادة أو التفنيدات الأخرى؛ حتى يتم نقل الرسالة بالكامل.
- (5) **التوضيح:** لا تتردد في السؤال عندما لا تتمكن من فهم نقطة معينة، وأعد صياغة الأمور التي لاحظتها لتتأكد من استيعاب الرسالة إن كانت تبدو غير واضحة.
- (6) **التلخيص:** لخص النقاط الرئيسية في نهاية الرسالة، سواء بنفسك، أو مع المشاركين الآخرين، مما يساعدك ذلك على تقوية ذاكرتك وتعزيز فهمك.

3,2 إدارة وتنظيم الوقت



- **الوقت :** هو أثمن ما نملكه في الحياة، إذ أننا نتفنن في إضاعة، وقتله، والتفريط فيه غير عابئين بأننا في حقيقة الأمر نقتل أنفسنا، فالوقت هو الحياة.

- أنا مشغول وليس لدي وقت :



عبارة كثيراً ما نسمعها، وهي تشبه حكاية الحطاب الذي يمتلك فأساً متثلمة، وكان يجتهد في تقطيع الأشجار،، ولكن فأسه لم يكن حاداً فمر به أحد الأشخاص، فقال له : لماذا لم تستأجر فأساً ؟ فقال له الحطاب، وهو منهمك في عمله: ألا ترى أنني مشغول.

يستطيع بشيء من التنظيم، وحسن الإدارة لوقته وأعماله أن ينجز أكثر، وأن يحصل على وقت فراغ أكبر، وأن يتخلص من الشعور السلبي؛ بتراكم الواجبات والركض المستمر لإنجاز الأعمال في وقتها.

• خصائص الوقت :

- 1) الوقت أغلى ما نملك.
- 2) الوقت مورد محدود.
- 3) الوقت لا يمكن تعويضه.
- 4) الوقت يمضي سريعاً.
- 5) استغلال الوقت يزيد من قيمته.
- 6) ما مضى منه لا يعود.

• تقسيم الوقت على الأنشطة التي نقوم بها إذا كان متوسط عمر الإنسان 60 سنة

الوقت الكلي	النشاط
20 سنة	النوم
4 سنوات	الأكل
7.5 سنوات	الشغل (اكتساب الرزق)
2 سنة	مشاهدة التلفاز
2 سنة	الإنترنت
سنة وربع	الحمام
2 سنة	السيارة
7 سنوات	الأمر الاجتماعي
3 سنوات	الدراسة
سنة واحدة	الصلاة
5 سنوات	مرحلة الطفولة
سنة	انتظار الباص
سنة واحدة	الاتصالات (المكالمات)

• افتراضات عن الوقت (تقييم ذاتي)

الرقم	العبارة	خطأ	صواب
1	لا يتوفر - حتى الآن - لدى إنسان وقت كافٍ		✓
2	يعاني معظم الناس من كثرة الأعمال بسبب طبيعة وظائفهم		✓
3	يتخذ المديرون - أصحاب المناصب - قرارات فضلى	✗	
4	إن عملك فريد من نوعه وليس له نظام واضح	✗	
5	يؤدي عدم الاستعجال في اتخاذ القرار لتوفير الوقت		✓
6	تعني إدارة الوقت بصورة فضلى؛ تقليل الوقت المستغرق في أي نشاط	✗	
7	يستطيع أغلب الأشخاص حل المشاكل المتعلقة بالوقت؛ عن طريق بذل جهد أكبر في العمل	✗	
8	توفر عملية تفويض السلطة لك أوقاتاً كثيرة، وتريحك من بعض مسؤولياتك		✓
9	لا تحتاج أغلب الأنشطة اليومية إلى تخطيط، ولا ينجح الناس في التخطيط لها بشكل سليم حتى إذا حاولوا	✗	
10	يحقق الأشخاص المشغولون النشاطون الذين يقومون بعمل صعب - في الغالب - أفضل النتائج		✓
11	تُعد المشكلة المهمة في إدارة الوقت أنها تقيد حركة الانسان ورغباته		✓
12	ليس من الضروري - في أغلب الأحيان - أن تكتب أهدافك، بل يكفي أن تعرفها.	✗	
13	إذا أردت أن تؤدي عملك بطريقة سليمة فمن الأفضل أن تؤديه بنفسك.	✗	
14	ليس من الممكن - في الغالب - العمل على أساس تحديد الأولويات، والالتزام بها	✗	
15	أغلب النتائج التي تحققها تكون - عادة - بسبب عدد قليل من الأنشطة الهامة		✓



- من (14- 15) إجابة صحيحة : ممتاز (أنك تستفيد من وقتك جيداً).
- من (12-13) إجابة صحيحة : جيد (أنت في الطريق لتصبح مديراً لوقتك).
- من (10-11) إجابة صحيحة : مقبول (عليك أن تراجع وجهة نظرك عن الوقت).
- أقل من 10 إجابات صحيحة : ضعيف (عدد كبير من افتراضاتك ليس صحيحة، وهناك مشكلة).

لا توجد إجابات صحيحة دائماً لمثل هذه الاسئلة، ولكن هناك بعض الإجابات الخاصة بإدارة الوقت تكون أفضل من غيرها في الغالب .

● إدارة الوقت

- هي إدارة الأعمال التي نقوم بها في حدود الوقت المتاح يومياً (24 ساعة)، بأقل جهد، وأقصر وقت .
- هي محاولة ترويض الوقت، وفرض سيطرتنا عليه، بدلاً من أن يفرض سيطرته علينا، ولا تعني توفير المزيد، بل كيفية الاستغلال الأنسب له.
- إن إدارة الوقت هي إدارة النفس، فمن استطاع التحكم بنفسه يستطيع التحكم في وقته، وتنظيم الوقت لا يقيد الإنسان، بل يطلقه من قيود الفوضى، ويمنحه مزيداً من الوقت للراحة والتمتع.



● هنالك الكثير من مضيعات الوقت منها :

- التردد في اتخاذ القرارات.
- وسائل التواصل الاجتماعي.
- القلق بشأن المستقبل.
- تأجيل الأعمال المهمة.
- الأمور الطارئة.
- إعادة شريط الماضي.
- الانتظار.
-

● ترتيب الأولويات

من أهم الأمور التي يجب اتباعها لتنظيم الوقت ترتيب الأولويات، وتقسم إلى:

- (1) **هام وعاجل :** البدء بالأعمال الهامة والعاجلة، فلا يمكن تأخيرها، أو تركها وتفويض الآخرين بها.
- (2) **هام وغير عاجل :** التركيز على الأعمال المستقبلية الهامة وغير العاجلة، مثل؛ التخطيط للمستقبل، وتربية الأبناء.
- (3) **غير هام وعاجل :** التخلص من الأعمال غير الهامة والعاجلة، وعدم تضييع الوقت فيها.
- (4) **غير هام وغير عاجل :** التخلص من جميع الأعمال غير الهامة وغير العاجلة، وعدم الانشغال بها.

مصفوفة العاجل والمهم

غير عاجل	عاجل	مهم
2 التخطيط اكتساب مهارة - دورة تدريبية صلة رحم - بناء علاقات التعرف على فرص جديدة الترويح عن النفس	1 طوارئ - ازمات مشاكل ضاغطة - صيانة عاجلة اتصال مهم - مستشفى موعد مهم حُدد متأخراً تدريس الأولاد يوم الاختبار	
4 نشاطات مسلية غير مهدفة مشاهدة التلفاز للتسلية مكالمات هاتفية غير مهمة دردشة الانترنت المزاح الزائد التوافه ومضييعات الوقت	3 الهقاطعات بعض الرسائل اللقاءات المفاجئة مشوار غير مهم للأهل أو لأحد الزملاء	مهم

• وقت الذروة ووقت الخمول

معرفة وقت الذروة، ووقت الخمول لكل شخص يساعد في تنظيم الوقت، ويجب مراعاة التوازن عند تنظيم الوقت. لذلك، على كل شخص أن يسأل نفسه بعض الاسئلة مثل:



- هل تفضل أن تصحو مبكراً في الصباح ؟
- هل تذهب إلى النوم مبكراً في المساء ؟
- هل تكون في أوج نشاطك لحظة استيقاظك ؟
- إذا كان خيارك ترتيب أهم مواعيدك فهل ستجولها منذ بداية اليوم ؟
- هل تميل إلى الاستيقاظ من النوم من تلقاء نفسك ؟

• أهمية إدارة الوقت

تكمن أهمية إدارة الوقت في :

- (1) الشعور بالتحسن بشكل عام في حياتك.
- (2) قضاء وقت أكبر مع العائلة أو في الترفيه والراحة.
- (3) قضاء وقت أكبر في التطوير الذاتي.
- (4) إنجاز أهدافك وأحلامك الشخصية.
- (5) تحسين إنتاجيتك.
- (6) تحقيق نتائج فضلى في العمل.
- (7) تقليل عدد الأخطاء الممكن ارتكابها.
- (8) التخفيف من الضغوط سواء في العمل أو ضغوط الحياة المختلفة.
- (9) يساعدك على إتمام أعمالك بشكل أسرع، وبمجهود أقل.

3,3 مهارة تمالك الضغوط

• الضغوط :

- هي أي موقف أو وضع قد يكون جيداً أو سيئاً؛ يجعلك تعدل من مشاعرك أو سلوكك أو تعدل شيئاً - غالباً سيئاً- موجوداً في بيئتك.
- هي مشاعر سلبية تحدث عند وجود اختلاف في التوقعات من الآخرين، أو من الحياة بشكل عام.
- هي حالة من عدم التوازن تحدث معنا من ناحية جسمية أو حتى عاطفية.



• آثار الضغوطات

(1) جيدة (إيجابية)

- الشعور براحة البال.
- تولد الابداع والابتكار.
- جسم سليم وصحي.

(2) المؤذية (السلبية)

- الشعور بالاستياء.
- تدهور الصحة.
- شعور بعدم الرضا.
- العلاقات الاجتماعية تتأثر بطريقة خاطئة.

• مراحل الضغوط التي يمر بها الإنسان:



(1) الإنذار (التنبيه) / الصدمة

يُعد الجسم ليدافع عن نفسه اتجاه الأمر.

(2) المقاومة

محاولة إرجاع التوازن، ومحاربة الضاغط قد تكون مطّولة، وتصل إلى توتر مُزمن، يؤدي أحياناً الى معاناة يومية.

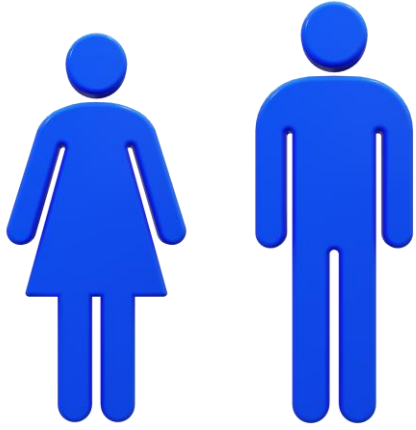
(3) الإنهاك / استنفاد الطاقة

استمرارية وجود الضاغط، وعدم القدرة على التعامل مع الضغط. وهنا، تكون النتائج سلبية على الجسم، مثل؛ زيادة ضغط الدم، وزيادة سكر الدم، وقد تصل إلى الموت المفاجئ.

• لماذا تؤثر ظروف الحياة بالإنسان ؟

(1) طبيعة الشخصية

- الحساسية المفرطة.
- تضخيم الأمور.
- زيادة توقعات الأشخاص.



(2) قانون الجذب

- الإنسان مثل المغناطيس، يجذب إليه الظروف والأشخاص والأحداث التي تتناسب مع طريقة تفكيره؛ فإذا أراد أن يغير الحوادث والظروف فعليه أن يغير طريقة تفكيره.

• أنواع الضغوطات :

(1) الضغوطات الخارجية

منغصات يومية	أحداث حياتية عامة
- مرض مفاجئ - حادث سير - فقدان شخص عزيز - أزمة مالية - خسارة معينة في العمل .	- التأخر عن موعد - طلب مفاجئ سيعرقل جدولك - ضياع أوراق مهمة .

(2) الضغوطات الداخلية

تأتي من الإنسان نفسه عن طريق؛ تفكيره الزائد نحو أمور، مثل؛ التفكير بالماضي السيء، والتحليل وزيادة التوقعات.



- عدم الراحة في بيئة العمل.
- عدم الشعور بالأمان الوظيفي.
- الشعور بالعمل أكثر من اللازم.
- علاقات متوترة مع الآخرين.

• تأثير الضغوط على حياتنا :

(1) تأثيرات جسدية

- الصداع
- قرحة المعدة
- آلام في الظهر
- الارق
- فقدان الشهية

(2) تأثيرات نفسية

- الاكتئاب
- القلق
- نوبات عصبية
- الهروب (الاختفاء عن الأنظار)

(3) تأثيرات سلوكية

- سرعة الحركة
- شد الشعر
- زيادة كمية الأكل وسرعته



• المؤشرات أو المدلولات للضغط :

- عدم الرضا عن الذات.
- ضعف الطاقة (الخمول والارهاق).
- انخفاض القدرة على التركيز.
- كثرة الجدل والاعتراض على أشياء تبدو في الظروف العادية مقبولة.
- سرعة الغضب والانفعال المبالغ فيه.
- فقدان السيطرة.

• الطرق الخاطئة لتمالك الضغوط

التدخين الزائد	تفادي مواجهة المشاكل
المهدئات	الانسحاب الاجتماعي
النوم الزائد	ساعات عمل اضافية
التأجيل والمماطلة	نوبات غضب على الآخرين

• الحلول العملية لتمالك الضغوط

- (1) حدد ما يسببه لك الإزعاج والاستياء.
- (2) خفف من مقاييسك لنفسك والآخرين.
- (3) اعمل إدارة صحيحة لتوقعاتك.
- (4) تعلم الجزم، وقل كلمة " لا " .
- (5) درب نفسك على الاسترخاء.
- (6) تعلم تقبل الأمور كما هي.
- (7) راجع المختصين عند الحاجة.

3,4 فن التعامل مع الزبائن



- مفاهيم رئيسية في فن التعامل مع الزبائن
- فن التعامل مع الزبائن يقوم - مع مراعاة الاستمرارية - على ثلاثة مفاهيم رئيسية، هي:



(1) النظام

لا بد أن يكون هناك نظام (خطة عمل) للسير عليها قبل القيام بأي شيء، وقبل أن تأتي بالعملاء (الزبائن).

عدم النظام هو: إذا حدثت مشكلة أو إذا اشتكى عميل من شيء، فنقوم بحلها، ولكن لا نتعلم منها، وعندما يأتي عميل آخر ويشتكى فنحلها، وكأنها تحدث لأول مرة. وهنا، لا يوجد نظام. أما إذا كان لدينا مشكلة ما، فنتعلم منها ونكتبها، ونكتب الحل، ثم ندرب كل الموجودين عليها. وبالتالي، أصبحت نظاماً، وليست مجرد مشكلة.

لا بد أن يكون النظام؛

- **بسيطاً :** حتى يستطيع الجميع التدرب عليه .
- **سريعاً :** كلما كان بسيطاً كلما كان سريعاً .
- **فعالاً :** حيث تستطيع من خلاله حل أي مشكلة في كل مرة تحدث فيها، أو في أي وقت .
- **مرناً :** أن يقبل التغيير والتحسين والتطوير باستمرار.

(2) الجودة

الجودة أن يكون المنتج الذي تسوقه :

- مضموناً.
- تكلفته فعالة.
- موجوداً على مدار السنة إن أمكن.

فيجب ألا تهتم بالنظام فقط، أو الشكل فقط، بل يجب أن يصل المنتج إلى العميل كما يريده.

(3) الخدمة

لا بد أن تكون الخدمة :

- **خدمة جيدة وممتازة :** أن تتماشى مع الجودة والنظام معاً.
- **قوية وودية :** أن تكون ودوداً مع الناس، وتقدم في الوقت نفس خدمته ممتازة، ما يؤثر تأثيراً إيجابياً وكبيراً على العملاء، فعندما ترتاح إلى شخص ما يعمل في مكان معين تسأل عنه، وتريده أن يقدم لك الخدمة، لأنك؛ ترتاح له، وتثق به، لأنه ودود معك، وخدمته ممتازة.
- **فعالة ومحترفة :** إن من يقدم الخدمة لا بد أن يكون مدرباً ويعرف ماذا يفعل.

• ماذا يتوقع من العميل / الزبون ؟

(1) الخدمة : يجب أن توفر له كل سبل الراحة والخدمة الجيدة، فإذا كانت الخدمة سيئة، فإنك ستخسر الزبائن.

(2) الاهتمام : لا بد من الاهتمام به مع وجود الخدمة الجيدة.

(3) الاحترام : يجب معاملته باحترام، وليس هناك داعٍ لسوء التعامل والإهمال، أو استخدام أساليب غير مناسبة.

(4) السرعة : يتوقع أن يحصل على الخدمة بأسرع وقت، وبالموعد المحدد.

(5) الاطمئنان : يريد الزبون / العميل أن يشعر بالاطمئنان للسلعة أو الخدمة التي سوف تقدم له.

(6) الاتصال الفعال : يتوقع أن تتصل به بطريقة صحيحة، سواء كان اتصال مباشر أو عن طريق وسائل التواصل الاجتماعي.

تكوّن توقعات العميل للمكان أو السلعة/ الخدمة من المعاملات السابقة له، إذا كانت تناسب توقعاته؛ سوف يكرر عملية الشراء أو الحصول على الخدمة، ومن آراء الآخرين حول السلعة / الخدمة.



1) استقبال العميل

يعتبر استقبال العميل والترحيب به، خطوة مهمة؛ فمن الضروري أن يشعر بالاهتمام، فعند تجاهله أو الاستمرار في الحديث مع عميل آخر، أو عن طريق الهاتف أو الانشغال بأمور أخرى، يؤدي إلى خلق انطباع سيء، وقد يؤدي إلى تغيير رأي العميل، أو خروجه من المكان.

والترحيب يجب أن يكون فيه نوع من البشاشة والود وأن يكون بصوت مسموع مع الابتسام وبشكل طبيعي بدون تكلف، بحيث يُعبر ذلك على أنك سعيد بوجود العميل وعلى الاستعداد التام لخدمته.

2) تحديد متطلبات واحتياجات العميل

إن الحاجات التي يريدها العميل تتراوح ما بين الحاجات الأساسية، وتمتد إلى حاجات الرفاهية، ولكن جميع العملاء لا يشترطون خصائص المنتج بل منافع.

كيف تحدد احتياجات العميل :

- إذا كان العميل يعرف احتياجه بالتحديد، تعرف عليه واقترح السلعة المناسبة لديك لتلبية احتياجاته.
- إذا كان العميل لا يعرف احتياجه، أو كانت لديه معلومات ناقصة عن هذا الاحتياج، بادر إلى مناقشة هذا الاحتياج مع العميل للوصول لتحديد مفصل له، ثم اقترح عليه السلعة المناسبة له.
- إذا كان العميل لا يعرف احتياجه إطلاقاً، بادر إلى مساعدته لتحديد احتياجه عن طريق :

- تقصي الوضع الحالي للعميل من خلال المنتجات الحالية التي يستخدمها، أو المشاكل التي يتعرض لها.
- تقصي الوضع المستقبلي الذي يريد العميل الوصول إليه.
- طرح الأسئلة يساعد وبشكل كبير على تحديد احتياجات العميل

(3) شرح المواصفات والجوانب الإيجابية للمنتج :

تُعد خصائص المنتج بمثابة مكوناته. بينما المنافع تمثل الفوائد التي يحصل عليها العميل عند استخدام المنتج. لذلك، يجب شرح المنافع للعميل لأن بعض العملاء قد لا يعرفون كل المنافع التي يقدمها المنتج لهم.

إن التحدي الحقيقي الذي يواجهه مُقدم المنتج، أو الخدمة هو فهم ما الذي يحفز العميل للشراء.

(4) تقديم منتجات بديلة للعميل :

في الغالب، تكون معايير اختيار العميل إضافة إلى المزايا والمنافع التي يقدمها المنتج مبنية على شكل المنتج، أو حجمه، أو لونه، أو مستوى سعره، فإذا رفض العميل المنتج، فيجب تقديم بديل آخر يكون من الممكن أن يستحوذ على إعجابه. وغالباً ما تؤدي البدائل المحددة، إلى ندرة رفض العميل.

5- تقديم العروض الترويجية والنشرات التعريفية

تساعد العروض والنشرات على تسويق المنتج، وقد تكون العروض على شكل عينات، الخصم السعري، الإضافات، الهدايا والمسابقات والجوائز، أما النشرات فتكون على شكل مطويات، أو كتيبات أو غيره.

6- مواجهة الاعتراضات والتفاوض السعري مع العميل

يعتمد الكثير في نجاح عملية البيع على الطريقة التي تعالج بها ما يثيره العميل من اعتراضات، فالمعالجة السليمة لتلك الاعتراضات من شأنها أن ترفع من مستوى قبول العميل لما يُعرض عليه من منتجات. لذلك، يجب أن تواجه هذه الاعتراضات، وترد عليها بأسلوب إيجابي. وأن لا تنسى حقيقة أن الاعتراض، ربما انطوى على رغبة في الشراء والرد على الاعتراض، ومعالجته بالشكل المناسب من شأنه أن يزيل الاعتراض ويؤدي إلى نهاية ناجحة لعملية الشراء.



- **التفكير:** هو نشاط عقلي ذهني، يعتمد على الرموز لحل المشاكل التي تستثيره، فيستعيض عن الأشياء والأشخاص والمواقف والأحداث برموز تدل عليها، مثل؛ الصور الذهنية والمعاني والألفاظ، والذكريات والإشارات والتغيرات والصيغ الرياضية. ويؤدي التفكير كذلك، إلى دراسة المعطيات، والتأكد من صحتها.

قد يتساءل الناس: هل يحتاج الإنسان أن يتعلم كيف يفكر؟ أو ليس الإنسان مفكراً بطبيعته؟ والجواب على ذلك: إن الإنسان بحاجة إلى تعلم طرق التفكير، والتدرب على مهارته – كحاجته - ليتعلم كيف يتكلم؟ وكيف يعامل الناس؟.

● مهارات في تعلم التفكير :

(1) المقارنة

تكون بإبراز أوجه الاتفاق أو الاختلاف أو العلاقة بين شيئين أو فكرتين أو عملتين أو شخصيتين أو كتابين ... الخ .

(2) التلخيص

المراد به تلخيص كتاب أو مقال أو قصة أو محاضرة و اختصار ذلك، إلى ثلث الحجم الأصلي، أو رבעه مثلاً. وتتطلب عملية التلخيص، فهماً دقيقاً للمادة، وقدرة على إعادة عرضها بحيث تسلم أهدافها الرئيسية وأفكارها من الحذف والتشويه. والتلخيص مهارة تتطلب إتقاناً وتدريباً مستمراً.

(3) لملاحظة

تعد الملاحظة أساس المنهجية العلمية، وهي الخطوة الأولى نحو إدراك ماهية الأشياء أو الأحداث أو العلاقات، وهي وسيلة مهمة من وسائل دراسة الظواهر الطبيعية والاجتماعية والنفسية ، ومَلَكَة الملاحظة قابلة للتنمية عن طريق التدريب. والملاحظات أنواع، منها؛ السمعي، البصري والذهني.

(4) التصنيف

هو القدرة على تجميع الأشياء أو اللوحات في مجموعات وفقاً للتشابه والاختلاف فيما بينها، يرتبط التصنيف بالمقارنة. ويقوم على أسس ومعايير محددة، ويستخدمه الفرد مستعيناً بحصيلته المعرفية وخبراته السابقة. ويبدأ بخطوات الجمع والمقارنة وتحديد جوانب الوفاق والفرق بين الأشياء، ولا بد من أساس التصنيف أو معايره في تلك العملية من بدايتها إلى نهايتها.

(5) التفسير

يستخدم الفرد حصيلته المعرفية في تفسير الأشياء والظواهر والأحداث، ويستفيد في هذا من الملاحظة التي تمكنه من جمع المعلومات والبيانات حول ما يريد تفسيره.

(6) النقد

المقصود النقد الموضوعي الذي يُظهر مواطن القوة والضعف في العمل أو الفكرة المعروضة للنقد والمناقشة. والنقد بهذه المثابة، مهارة مهمة من مهارات التفكير، وهو ذو جدوى كبيرة في الوصول إلى الصواب، أو تطوير فكرة أو مشروع ما، لأن الناظر الواحد قد تخفى عليه بعض الزوايا، أو يكون متأثراً ببعض العوامل النفسية التي تدفعه للتحيز مع الفكرة أو ضدها.

(7) البحث عن افتراضات

يحاول الفرد صياغة فرضيات مُعينة لفهم، أو تفسير، أو تحليل بيانات، أو معلومات أو أفكار، أو وجهات نظر، أو دراسات في مجال ما. وقد يكون الافتراض صحيحاً أو خطأ، ويتم الحكم عليه بموجب أدلة، أو معلومات تثبته، أو تنفيه.

(8) التخيل

تعد كتابات وقصص الخيال العلمي من أوضح الأمثلة على أهمية التخيل، إذ يؤدي الخيال القائم على بعض الأسس العلمية وظيفية المُحرك الرئيس الذي ينسج الحدث ويشكل وقائعه.

ويجسد الخيال؛ القدرة على الإبداع والابتكار والخروج عن المألوف، كما يمثل بنية افتراضية عناصرها من نسيج الخيال، ويتطلب تحقيقها جملة من الشروط والعناصر والعوامل المساعدة، ومعرفة علمية كافية، هذا إذا كانت قابلة للتحقق، ولم تكن من نسج الخيال. ويمكن توظيف ملكة التخيل للارتقاء بمستوى التفكير والتدريب، للمساعدة في زيادة القدرات الإبداعية.

(9) نقل الخبرة من موقف إلى آخر

يتعلم الفرد في ظروف ومواقف معينة؛ مفاهيم ومبادئ وحقائق، ويعالج موضوعات ومشكلات عديدة، ويتعرف على ظواهر مختلفة، تشكل كلها مخزونه المعرفي. وليس المقصود من التعلم، أن يلجأ الفرد إلى هذا المخزون عندما يمر بظروف، ومواقف مماثلة لما مر به فحسب، بل المقصود أيضاً، أن يستفيد من ذلك المخزون في مواقف وظروف جديدة.

يستطيع الإنسان أن يحسن تفكيره بطرق عدة، أهمها: الحوار والقراءة وتجنب أخطاء التفكير.

1) الحوار

هو نافذة فكرية وشعورية بين الفرد والآخرين. والذي يستغني عن الحوار، يعيش منغلقاً على ذاته، لا يرى الأمور إلا من زاويته الشخصية، فيكون أكثر تعرضاً للخطأ، وإن زعم أو ظن أنه أقرب إلى الصواب أكثر من سواه. ولا يزال أهل الحكمة يستشيرون من سواهم في صغير الأمور وكبيرها.



لماذا يرفضون الحوار ؟

- بدافع الخوف.
- العجز عن الحوار.
- ضعف الأدلة، وقلة الثقة بما يؤمنون به من أفكار.
- بدافع الجمود والتعصب.
- خشية من تغيير موروثة عاشت معهم وعاشوا معها.

ما المطلوب من الحوار ؟

شرح وجهة نظر الأطراف المختلفة بعضها ببعض، وأن يُري كل طرف الطرف الآخر ما لا يراه، ويؤدي إلى تضيق الخلاف.

2) القراءة

إن القارئ الواعي يضيف إلى خبرته خبرات الآخرين؛ فيعيش حياته بشكل أعمق وأغنى، والذي يعي أفكار الآخرين يضيف أفكاراً إلى فكره.

ماذا نقرأ ؟ وكيف نقرأ ؟

حين نقرأ، نستثمر العقل والوقت في القراءة، ولا بد أن يكون هذا الاستثمار مربحاً بقدر المستطاع فيجب أن نختار الأحسن والأجود من الكتب، وأن نقرأ لرواد كل علم، أو فن نريد دراسته، أو الاطلاع عليه.

القراءة أنواع، أهمها؛ القراءة الجادة الواعية، وتحتاج هذه إلى جهد وتركيز وتكرار، وأن ينتبه القارئ إلى الأفكار المهمة والتلخيص والاستفسار، وهذه القراءة والمطالعة هي التي تكوّن العلم، والتي يقل فيها الجهد، ويرتفع فيها نصيب الاستمتاع نجد أنها تمدنا بمواد المعرفة والتفكير.



أ- إساءة التعميم أو التسرع في الاستنتاج

التعميم هو قرار تطبيق حكم ما على أفراد المجموعة جميعهم. وإساءة التعميم من أشد أنواع التفكير السيء ضرراً في عالمنا.

ب- الخطأ في استعمال التفكير النظري

المراد بالتفكير النظري: هو التفكير الذي يبحث عن الحقائق النظرية، ومحاولة البرهان عليها، ولكنه لا يغني عن التفكير العملي في المجالات التي لا بد لنا فيها من الحصول على الحقائق والمعلومات.

كثير من الناس يكوّنون آراء ومعتقدات يدافعون عنها بشدة بمجرد التفكير النظري البعيد عن التجربة والواقع، في حين لا بد لهم - لتكوين الرأي الصحيح عنها- من معلومات صحيحة منطبقة على الواقع.

ج- الاعتماد على مصادر غير صحيحة

إن أكثر مصادر معلوماتنا ليست جديرة بالاعتماد عليها، فنكوّن - نحن - آراء نؤمن بها، ونتخذ مواقف نتعصب لها، إذا بحثنا عن مصادرها وجدناها غير صحيحة.

د- تدخل العواطف في الحكم (التحيز)

هو الحكم على شيء مقدماً، ويجعلنا نتجاهل بعض الوقائع، ونبالغ في تقدير بعضها، ميلاً منا نحو نتيجة معينة موضوعة في ذهننا منذ البداية.

هـ- أخطاء المقارنة

عن طريق المقارنة؛ يضع بعض الناس حسنات هذا أمام عيوب ذاك، ويحكمون لأحدهما على الآخر. والصواب، أن تضع حسنات الطرفين في كفتين متقابلتين ونوازن بينهما، ثم نفعل بالعيوب مثل ذلك.



• مفهوم التسويق والتسويق الالكتروني

التسويق : هو عبارة عن عملية تخطيط وتنفيذ وتصميم وتسعير وترويج وتوزيع الأفكار والسلع والخدمات من أجل توفير التبادلات التي تحقق أهداف الافراد والمنظمات.



التسويق الإلكتروني: هو عملية إنشاء والمحافظة على علاقات العملاء من خلال أنشطة الكترونية مباشرة،

بهدف تسهيل تبادل الأفكار والمنتجات والخدمات التي تحقق أهداف الطرفين .
فالتسويق الالكتروني هو أولاً وأخيراً عملية تبادلية، ويسمح بالعديد من التبادلات التجارية والمالية والسلعية والخدمية. أما الغاية النهائية من التسويق الالكتروني فهي إرضاء الطرفين في عملية التبادل، فسيحصل على منفعة، أو قيمة، لقاء عملية التبادل، وسيحصل الطرف الآخر على قيمة نقدية.

• مراحل التسويق الإلكتروني

(1) مرحلة الإعداد

يتم فيها جمع المعلومات الضرورية حول العملاء المرتقبين من حاجات، ورغبات، وأسواق المستهدفة، وطبيعة المنافسة بشتى الوسائل التقليدية أو الإلكترونية.

(2) مرحلة الاتصال

يتم الاتصال بالعمل لتعريفه بالمنتجات الجديدة التي يجري طرحها بوسائل التواصل الاجتماعي، أو المواقع الإلكترونية. وتتكون هذه المرحلة من أربعة مراحل فرعية، هي: جذب الانتباه، وإثارة الاهتمام، وتكوين الرغبة، واتخاذ القرار الشرائي.

(3) مرحلة البيع

تتم عملية التبادل وهي جوهر عملية التسويق الإلكتروني فيحصل العميل على الخدمة / السلعة، ويحصل صاحب السلعة على المقابل النقدي.

(4) مرحلة ما بعد البيع

لا ينتهي التسويق الإلكتروني بانتهاء عملية التبادل، وإنما يجب المحافظة على العميل بالتواصل معه عن طريق وسائل التواصل الاجتماعي، أو البريد الإلكتروني وغيره.

• أهم الفروق بين التسويق التقليدي والتسويق الإلكتروني

عنصر المقارنة	التسويق التقليدي	التسويق الإلكتروني
أهم طرف في عملية التبادل	المسوق	العميل
معايير تقييم أداء المسوقين	عادية	أعلى (جودة، اسعار معقولة، خدمات اسرع وافضل)
طريقة تقديم السلعة أو الخدمة	سلعة أو خدمة منفردة في فترة زمنية محددة	حزم متنوعة ومتكاملة باستمرار ذات قيمة مضافة بالنسبة للعميل
السوق	أسواق محددة أو مغلقة	الإنترنت شبكة مفتوحة لكل وواسعة

• مزايا التسويق الالكتروني

- اختصار المسافات والعقبات الجغرافية بين مناطق العالم دون الحاجة إلى اللقاء المباشر بين طرفي عملية التسويق.
- تخفيض التكاليف التسويقية بشكل كبير قياساً بالعمليات التقليدية.
- إقامة علاقة تعاقدية مباشرة بين البائع والمشتري دون الحاجة إلى وجود وسيط بينهما.
- إتاحة الفرصة بين طرفي التبادل للحصول على كم هائل من المعلومات المتعلقة بذات الموضوع المبحوث بينهما بهدف التعاقد عليه.
- التواصل مع الآخرين، وعلى مدار ساعات اليوم والأسبوع، متجاوزة بذلك الفروقات الحاصلة في التوقيت الزمني بين الدول.
- مرونة العمل.

• التسويق عبر مواقع التواصل الاجتماعي

ويُعد وسيلة هامة لزيادة التواصل مع الزبائن، من مختلف المواقع مثل Facebook, Twitter, YouTube. فالاستراتيجيات الصحيحة عبر مواقع التواصل الاجتماعي قد يكون لها أثر فعال، ونجاح باهر، بهدف الترويج للعلامة التجارية والمنتجات أو لزيادة المبيعات.



• كيف تسوق منتجك عبر الفيس بوك ؟



اصبح التسويق عبر هذه الشبكة للمشاريع الصغيرة والناشئة أمراً ضرورياً جداً. ولذلك، كصاحب مشروع صغير؛ يجب أن تمتلك الأدوات والمعرفة الصحيحة واللازمة لكي لا تفقد المال والوقت بدون نتائج فعالة.

(1) أنشر محتوى مفيد يستحق المتابعة

- يستخدم الأشخاص الفيس بوك للتواصل الاجتماعي والترفيه. وايضاً، يتلقون عليه المعلومات، ويقومون باستخدامه. لذلك، يجب أن تتأكد من جودة المحتوى وقيمته، وأن تكون طريقة عرض المنتج للفئة المستهدفة جيدة، بحيث تعمل على جذب الانتباه للعميل.
- أن تكون الصفحة مصدر معلومات موثوق في مجالك، وتظهر خبرتك في هذا المجال.
- تحتاج الصفحة إلى المتابعة الدائمة، وأن يكون لديك الوقت والقدرة الكافية على إنشاء محتوى ذي جودة عالية.

(2) أجعل المحتوى مرئياً، وإذا جودة عالية من الصور والفيديوهات

أن تكون الصور والفيديوهات ذات جودة عالية، وملتقطة بطريقة ممتازة، لجذب العملاء مع مراعاة المصداقية.

(3) أسأل المتابعين للأعجاب والمشاركة لمحتوى الصفحة

وهذه من أفضل الطرق في التسويق على الفيس بوك.

(4) أكتب وشارك على الفيس بوك بشكل مستمر ومتواصل

التواجد الفعال على شبكة الفيس بوك يحتاج إلى الالتزام والمثابرة. وأحد الأخطاء الشائعة هو؛ الانقطاع عن النشر، مما يعطي الفرصة للمتابعين لنسيانك، وفقد الاهتمام بالمنتج، وتعطي الفرصة للمنافسين في الاستحواذ على متابعيك.

(5) أختبر وجرب عدة نماذج من العناوين والصور والنصوص

من أساسيات التسويق الالكتروني اختبار، وتجريب نماذج، ونصوص، وصيغ مختلفة؛ لاكتشاف الطريقة الأكثر تأثيراً، وفعالية على الفئة المستهدفة.



• مفهوم الإقناع

هي عملية تغيير أو تعزيز المواقف أو المعتقدات أو السلوك .
هي عملية تغيير آراء أو اتجاهات أو معتقدات أو ترسيخ أفكار وتعزیزها لدى الآخرين

• نماذج التأثير الأربعة

نموذج الإقناع

نموذج التفاوض

ينجح الطرف المؤثر في إقناع الطرف الآخر بالانتقال لموقفه

إذا لم تستطع إقناع الطرف الآخر، يمكنك أن تبدأ بالتفاوض. والمعتاد أن يتنازل الطرفان فيجدوا حلاً وسطاً في نهاية المطاف

نموذج التعصب

نموذج الاستقطاب

يحدث عند اتخاذ كل من الطرفين مواقف ثابتة، ورفض التحرك دون اعتبار لما يطلبه أي طرف منهما

يحدث عندما يهاجم كل طرف موقف الطرف الآخر، دون نزاهة، رافضاً الاستماع إلى حجة الآخر

• الإقناع يبدأ بالمصادقية

لكي نقنع الآخرين بما نريد، ينبغي أن يصدقوا حديثنا. ولكي يصدقوا حديثنا، ينبغي أن يكون حديثنا صادقاً. ولكي يكون حديثنا صادقاً، ينبغي أن يكون واقعياً.

- كيف تنال ثقة الآخرين وتعرض خبراتك عليهم ؟

من الوسائل التي تجعل المرء ينال ثقة الآخرين، عندما يحاول إقناعهم بما يريد، أن يكون حديثه بعيداً عن أهوائه الشخصية، فعندما تدرك أن الشخص الذي يتحدث إليك لا يرغب أن يحقق هدفاً معيناً من خلال إقناع الآخرين بما يريد، فسينال بذلك ثقة الآخرين، ويكون حقاً صادقاً في حديثه.

- المصادقية ثلاثة مستويات :

(1) المصادقية الشخصية

ينبغي أن تكون موضعاً لثقة المستمعين، وتكون صادقة، وتعرض قضاياك ببراعة فائقة، وتحدث بأسلوب مبدع ومتميز.

(2) مصادقية الأفكار

ينبغي أن تكون أفكاراً صادقة، فإذا كانت الاقتراحات التي تقدمها مثيرة للجدل أو الخلاف، فينبغي أن تؤيد ذلك بعرض بعض الأدلة الصحيحة التي تستند إلى الكثير من الأبحاث.

(3) مصادقية الهيئة التي تمثلها

ينبغي أن تتوخى صدق الهيئة التي تمثلها، فلا بد أن تكون صادقة في تعاملها مع الآخرين.



• عناصر الإقناع

(1) المصدر

يجب أن تتوفر فيه مجموعة من الصفات، منها:

- الثقة.
- المصادقية.
- القدرة على استخدام عدة أساليب للإقناع.
- المستوى العلمي والثقافي والمعرفي.
- الالتزام بالمبادئ التي يريد إقناع الآخرين بها.

(2) الرسالة

لا بد أن تكون :

- واضحة لا غموض فيها.
- وضوح الهدف.
- مرتبة ترتيباً منطقياً مع التأكد على الأدلة والبراهين.
- مناسبة العبارات والجمل.
- بعيدة عن الجدل واستعداد الآخرين.

3- المستقبل

ينبغي مراعاة ما يلي :

- الفروق العمرية والبيئية.
- الاختلافات الثقافية.
- المكانة العلمية والاجتماعية والمالية.
- مستوى الثقة بالنفس.

• عوامل نجاح الإقناع

- (1) القدرة على نقل المبادئ والعلوم والأفكار بإتقان.
- (2) معرفة أحوال المخاطبين وقيمهم.
- (3) الجاذبية الشخصية بأركانها (حسن الخلق ، والهندام ، والثقافة الواسعة).
- (4) التفاعل الإيجابي الصادق مع الطرف الآخر.
- (5) التمكن من مهارات الإقناع، ومهارات الاتصال، وإجادة فن الحوار.

• أمور للتفكر بها ومراعاتها في عملية الإقناع

- قبل الإقناع :

- (1) الإعداد الكامل
- (2) البدء بالمهم أولاً خشية طغيان ما لا يهم على المهم.
- (3) اختيار التوقيت المناسب لك وللطرف الآخر.

- أثناء الإقناع :

- (1) توضيح الفكرة بالقدر الذي يزيل اللبس عنها.
- (2) المنطقية والتدرج .
- (3) العناية بحاجات الطرف الآخر.
- (4) تفعيل أثر المشاعر.

- بعد الإقناع

- (1) التخلي عن الشبهات والرد على الاعتراضات.
- (2) التأكد من درجة الإقناع من خلال مشاركة الطرف الآخر في الجواب عن الاعتراضات.

• عوائق الإقناع

- (1) الاستبداد والتسلط.
- (2) طبيعة الشخص المقابل.
- (3) كثرة الأفكار مما يربك الذهن.
- (4) تذبذب مستوى القناعة أو ضعف أداء الرسالة من قبل المصدر.
- (5) الاعتقاد الخاطئ بصعوبة التغير أو استحالة.



3,8 مقابلات العمل



- إن نجاح المقابلة يعتمد أساساً على القدرة على إقناع الشخص الذي يُجري المقابلة حول قدرتك على التميز من بين الآخرين.
- واحدة من كل مقابلتين تتجه فوراً نحو تعيين المرشح، أو عدم تعيينه بناء على طريقة لباسه خلال المقابلة.
- واحدة من كل مقابلتين يتم رفض المرشح لها؛ لأنه لم يَقم بإجراء بحث مسبق حول الشركة، أو الجهة التي يرغب التوظيف فيها.

● التخطيط للمقابلة

- يجب تحديد نقاط القوة الخاصة بك .
- يجب التأكد من جاهزيتك للتعبير عن نفسك والإجابة عن الاسئلة المتعلقة بشخصيتك وخبرتك ومهاراتك في حل المشكلات.

● بعض الأسئلة التي يجب التفكير بها والاستعداد لها قبل المقابلة:

- ما المهارات الأقوى لدي، والتي يمكنها أن تثبت ملاءمتي لهذه الوظيفة ؟
- ما أقوى مجالات المعرفة لدي ؟
- ما المؤهلات الأكاديمية التي أمتلكها، والتي من شأنها أن تحسن من أداء الشركة؟
- ما نقاط القوة الرئيسية لدي، وكيف يمكن تطبيقها في مكان العمل ؟
- ما هو شعفي وكيف يمكن لهذه الوظيفة مساعدتي في التقرب أكثر من تحقيق ذلك الشغف ؟
- ما انجازاتي الأساسية حتى الآن، والتي افتخر بها ؟

● العناصر الأساسية في مقابلات العمل:

- 1) لغة الجسد.
- 2) انتقاء الكلمات.
- 3) الطريقة التي تتفاعل بها تحت الضغط.
- 4) الانماط السلوكية الأخرى.

• أمور للتفكر بها ومراعاتها في مقابلة العمل:

- الإصغاء بعناية إلى الأسئلة.
- تجنب الحماس الزائد.
- لا تقم بإظهار انعدام الثقة.
- إظهار النزاهة في جميع الاوقات.
- التمرن على فن إيجاد حلول واقعية للمشاكل دون قلق أو عصبية.
- إجراء بحوث تتعلق بالشركة.
- مراجعة السيرة الذاتية مسبقاً.
- إغلاق الهاتف.
- لا تتطرق إلى نقاط ضعفك.
- تجنب التأخير (الالتزام بالموعد).
- لا تتحدث عن أصحاب العمل السابقين بسوء مطلقاً.

• أنواع مقابلات العمل

(1) المقابلة الشخصية



- اللقاء وجهاً لوجه مع مدير التوظيف إذ سيتم تقييم المهارات الخاصة بك.
- سوف يكون بمقدور صاحب العمل الحصول على فرصة أفضل لدراسة ما إذا كانت ثقافة الشركة والقيم الشخصية والخبرة الخاصة بك تتوافق مع بعضها بعضاً.

(2) المقابلات مع لجنة توظيف

- هذا النوع من المقابلات تفضله الشركات، لأنه؛ يقلل من التحيز من جهة الشخص الذي يُجري المقابلة.



(3) المقابلات عبر الفيديو

- أدى الاستخدام المتزايد لبرامج المحادثة المرئية عبر الانترنت إلى وجود مقابلات العمل عبر الفيديو.
- يعمل هذا النوع من المقابلات على توفير التكاليف.

4) المقابلات الهاتفية

هي بديل رائع لمساعدة مدراء التوظيف في اختيار المرشح الأنسب.



- من سلبياتها؛ فقدان القدرة على التأثير على صاحب العمل، بسبب غياب لغة الجسد، والاستجابات السلوكية الأخرى.

- من إيجابياتها؛ عدم القلق بالمظهر الخارجي لتحقيق النجاح، وعدم وجود تكاليف للتنقل، وتوفير الوقت.

• الاهتمام بالهندام الخارجي لمقابلات العمل

- سوف يلعب مظهرك دوراً رئيساً في التأثير على صورة الشركة.
- حتى الكلمات المدروسة على نحو جيد وخبرة القيادة الرائعة، والانجازات المهنية، يمكن التغاضي عنها أو تجاهلها بسرعة في حال حضر المرشح إلى المقابلة مرتدياً ملابس بطريقة غير مناسبة.
- الملابس تؤثر بشكل خاص قبل أن تحصل على فرصة الإجابة عن السؤال الأول.

• التقييم البعدي للمشاركين:

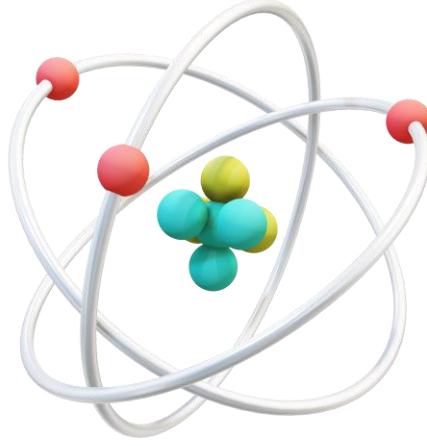
يقوم الميسر/ المُدرب بتوزيع النموذج الخاص بالتقييم البعدي على المشاركين، لقياس أثر التدريب والتغيير الحاصل على معارف ومهارات وقدرات المشاركين، بحيث يتضمن التقييم المحاور الرئيسية والفرعية التي يهدف إلى قياسها ومقارنتها بالتقييم القبلي.

يتيح الميسر/ المُدرب الفرصة لكل مشارك للتعبير عن رأيه بالدورة أمام المجموعة من حيث؛ الموضوعات والمضامين والأساليب التدريبية، وأي موضوعات أخرى يرغب المشارك بطرحها

• إعداد التقرير النهائي

يقوم الميسر/ المُدرب بمراجعة شاملة وقراءة موضوعية لكافة ملاحظات ومجريات التدريب ومجريات الجلسات التدريبية، والجلسات الحوارية مع المشاركين، ونتائج التقييم، وأهم نقاط القوة والضعف. وتلخيصها في تقرير واضح، وتقديم توصياته للدورات القادمة.

الخاتمة



وأخيراً، وبعد الاطلاع على المنهاج، يتضح لنا أهمية المادة التدريبية في المرحلة التوجيهية، ومرحلة التفكر للعمل، وآثرها على المشاركين. وأتمنى أن تكون الموضوعات التي قُدمت قيّمة، ويمكنكم الاستفادة منها في البرنامج، لكنني لا أدعي أن المادة شاملة، وتتصف بالكمال، لأن الأشياء لا تكتمل، وتبقى ناقصة، وتحتاج إلى مزيد ومزيد من الإثراء لتصل إلى المستوى المطلوب.

المراجع :

- أ. سوزان رمضان الشوا، فن الإقناع
- احمد البراء الأميري ، فن التفكير، لرياض، 1429هـ
- اكااديمية كبار الشخصيات للتدريب، مهارات الاتصال الفعال www.VeSenior.com
- المؤسسة العامة للتعليم الفني والتدريب المهني، التسويق الالكتروني، المملكة العربية السعودية، 1429هـ
- المؤسسة العامة للتعليم والتدريب المهني، مهارات البيع وخدمة العملاء، المملكة العربية السعودية
- برنامج القيادة التربوية لمديري المدارس، لمعهد الوطني للتدريب التربوي، لسلطة الوطنية الفلسطينية.
- د. ابراهيم الفقي، إدارة الوقت، القاهرة، ابداع للإعلام والنشر، 2009م
- د. رشاد الفقيها، تطوير الذات، 2017 م
- د. سهيل جوعانه، إدارة وتنظيم الوقت وتمالك الضغوط ، منصة إدراك، عمان، الأردن
- د. عير صادق محمد بدوي، دورة التفكير العلمي لحل المشكلات واتخاذ القرار، جامعة المجمعة، 1438هـ
- د. ابراهيم الفقي، فن خدمة العملاء وكيفية المحافظة عليهم، القاهرة، مؤسسة بداية، 2010م
- د. أمجد غانم، مقدمة حول مبادئ التخطيط الاستراتيجي، النخبة للاستشارات الإدارية، 2006م
- محمد هشام ابو القبمز، فن التواصل مع الآخرين
- منصة ادراك www.edraak.org
- نشرة تنمية المراحل-المختبر التربوي-المركز الكشفي العربي-القاهرة-2017م
- Cover pic <http://pedagonet.profco.ca/index.php?action=Home&langue=en>
- Pic on page 25 <http://getdrawings.com/student-silhouette>
- Pic on page 45 <http://www.igroup.fr/fr/qualite-de-vie-au-travail-initium/design-thinking-service-collaborateurs>
- Pic on page 71 <https://khamsat.com/marketing/849893-%D8%A7%D9%84%D8%AF%D9%84%D9%8A%D9%84-%D8%A7%D9%84%D9%83%D8%A7%D9%81%D9%8A-%D9%88-%D8%A7%D8%B3%D8%A7%D8%B3%D9%8A%D8%A7%D8%AA-%D8%A7%D9%84-social-media-marketing>

منهجيات وأدوات تعليم الكبار
هي أكثر من مجرد تعلم القراءة والكتابة
وهي مجموعة متكاملة من العمليات التعليمية المنظمة
التي تستمر مدى الحياة
وهي الأداة التعليمية التنموية الفاعلة التي تستند إلى
مفاهيم التربية لتمكين المجتمعات المحلية، وتحسين
مستوياتها الحياتية والمعيشية
وهي المجال التعليمي الواسع الذي يراعي الاحتياجات،
والفرص، والمفاهيم، والبيئة الثقافية المجتمعية السائدة كمدخل للتنمية

With financial support from the



Federal Ministry
for Economic Cooperation
and Development