



دليل المعلم

الثقافة المالية

الجزء الثاني

العنوان الشامل

٢٠١٧ / ١٤٣٤ هـ



المطبوع
المركزية

الثقافة المالية

الجزء الثاني



الصف التاسع



إدارة المناهج والكتب المدرسية

دليل المعلم التقافة المالية

الجزء الثاني الصف التاسع

إعداد
وزارة التربية والتعليم
بالتعاون مع
البنك المركزي ومؤسسة إنجاز

الناشر
وزارة التربية والتعليم
إدارة المناهج والكتب المدرسية

يسراً إدارة المناهج والكتب المدرسية استقبال ملاحظاتكم وآرائكم على هذا الكتاب على العنوانين
الآتية: هاتف: ٨٥/٤٦١٧٣٠٤ فاكس ٤٦٣٧٥٦٩ - ص. ب: (١٩٣٠) الرمز البريدي: ١١١١٨

أو على البريد الإلكتروني: Email: VocSubjects.Division@moe.gov.jo

قررت وزارة التربية والتعليم استخدام هذا الدليل في مدارس المملكة الأردنية الهاشمية جميعها، بناءً على قرار مجلس التربية والتعليم رقم ٩٠/٢٠١٧، تاريخ ٢٢/٣/٢٠١٧، بدءاً من العام الدراسي ٢٠١٨/٢٠١٧ م.

الحقوق جميعها محفوظة لوزارة التربية والتعليم

عمان - الأردن / ص.ب: ١٩٣٠

التحرير العلمي: فاطمة عريوة العبدادي
منال عبد الله أبوالسمى
كامل إبراهيم أبوسالم
التحرير اللغوي: نضال أحمد موسى
الإنجليزية: د. عبد الرحمن سليمان أبوصعيديك

رقم الإيداع لدى دائرة المكتبة الوطنية

٢٠١٧/٣/١٥٨٥

ISBN: 978-9957-84-787-6

الصفحة

الموضوع

الدرس

كيف أكون رياضيًّا؟

الوحدة الثالثة

٧	أنا رياضيًّا	الأولُ
١٤	صفاتُ الرياديِّ	الثانيُ
٢٧	فكري الرياديَّةُ	الثالثُ
٣٥	أبعادُ الفكرةِ الرياديَّةِ	الرابعُ
٤١	فريقي	الخامسُ

التجارةُ الإلكترونيةُ

الوحدة الرابعةُ

٥٥	نشأة التجارة الإلكترونية	الأولُ
٦٦	أنواعُ التجارة الإلكترونية	الثانيُ
٨٠	متطلباتُ التجارة الإلكترونية	الثالثُ
٨٧	الجرائمُ الإلكترونيةُ	الرابعُ
٩٤	التسويقُ الإلكترونيُّ	الخامسُ
١٠٣	أنظمةُ الدفع الإلكترونيُّ	السادسُ



٣

الْوَدْدَةُ إِلَّا لَهُ

كيف أكون رياضيًّا؟



- هل سمعت يومًا عن رياادة الأعمال؟
- هل تعرف رواد أعمال من الأردن أو إحدى دول العالم؟
- برأيك، ما أهمية رياادة الأعمال في حياتنا؟

لريادة بأنواعها مهمة جدًا لتحقيق التطور والنمو الاجتماعي والاقتصادي؛ ما يجعلها تحظى باهتمام كبير، ولا سيما ما يتعلّق منها بالمشروعات الصغيرة أو المتوسطة التي تهدف إلى إيجاد فرص العمل، والتوظيف الأمثل للموارد البشرية والمالية.

ينطبق مفهوم الريادة على الأعمال جميعها التي تختص بإنشاء أعمال حرة تتصف بالإبداع، ويتحلّ رائدها بحب المخاطرة، والرغبة في كسب المهارات الإدارية والمالية لقيادة المشروع الريادي، وتحظى المراحل التي يمر بها. ولا شك في أن قصص النجاح المعروفة محليًّا أو عالميًّا في مجال المشروعات الريادية تعد دافعًا وحافزاً للشباب الطموح الذي يؤمن بالابتكار، والأفكار المبدعة، وحب الاستقلالية، واتخاذ القرارات.

يُتوقع من الطالب بعد دراسة هذه الوحدة أن يكون قادرًا على:

- تعرّف مفهوم الريادة، ومفهوم الريادي.
- تعرّف قصص نجاح لروّاد أعمال في الأردن والعالم.
- استنتاج صفات الشخص الريادي.
- تعرّف مفهومي الإبداع، والابتكار.
- ذكر أمثلة على الإبداع والابتكار.
- تمييز معايير الفكرة الريادية.
- تقييم أفكار مشروعات ريادية.
- تعرّف أبعاد الفكرة الريادية.
- تعرّف مفهوم الفريق، ومفهوم بناء الفريق.
- تمييز أدوار أعضاء الفريق.
- استخلاص مراحل بناء الفريق.
- تقدير دور الريادة في تنمية المجتمع.

الدرس الأول

أنا رياضيٌّ

١

نتائج التعلم الخاصة بالدرس:

يتوقع من الطالب بعد انتهاء هذا الدرس أن يكون قادرًا على:

- تعرُّف مفهوم الريادة.

- تعرُّف قصص نجاحٍ لرياضيِّيِّ أعماليِّ أردنيِّينَ وعاليِّينَ.

المفاهيم والمصطلحات:

- الريادة.

- الرياضيٌّ.

أساليب التدريس:

- التدريس المباشر.

- العصف الذهني.



في ظل التحديات الكثيرة التي يعانيها العالم والمنطقة العربية عامةً، والأردن بوجهٍ خاصٌ (مثل: البطالة، والفقر، وضعف فرص التعليم ومنتجاته، ونقص الخدمات الصحية، وشح المياه، وارتفاع فاتورة الطاقة)، فقد أصبح مفهوم الريادة اليوم من أكثر المفاهيم تداولًا في السوق، وما انفك البحث عن أصحاب الأفكار الريادية والمبادرات الشبابية المبتكرة، التي تهدف إلى إيجاد حلول جذرية لهذه التحديات، الشغل الشاغل لأصحاب الشركات والمؤسسات؛ لما لأفكارهم من أثر كبير في تنمية المؤسسات التي يعملون بها، وابتكار الطرائق والآليات الجديدة التي تعمل بها هذه المؤسسات، والتي تقضي إلى زيادة أرباحها. وعليه، فإن وجود هؤلاء المبدعين في الشركات والمؤسسات الخاصة والحكومية سيُسهم في رفع مستوى الاقتصاد الوطني.



مفهوم الريادة.

**النشاط
(١)**

يهدف هذا النشاط إلى تعرُّف مفهوم الريادة.

الهدف:

التعليمات:

- وزع الطلبة إلى مجموعات.
- اطلب إلى كل مجموعة أنْ تعِينَ كاتبًا لها.
- اطلب إلى كل مجموعة أنْ تُدوِّنَ على ورقة بيضاء أكبر قدرٍ ممكِّن من الكلمات المرتبطة بمفهوم الريادة.
- اطلب إلى كاتب كل مجموعة كتابة كلمات مجموعته على اللوح، وذلك في الخانة المُخصَّصة للمجموعة.
- اطلب إلى كل مجموعة حصر أكثر الكلمات تكراراً من تلك التي كُتِبَت على اللوح.
- اطلب إلى كل مجموعة استخدام هذه الكلمات في صياغة تعريف لمفهوم الريادة.
- اطلب إلى كل مجموعة عرض تعريفها.
- ناقش الطلبة في مفهوم الريادة الآتي:



الريادة:

هي تحديد فكرة جديدة لمشروع معين، والبدء به، والتركيز عليه، وتوفير الموارد الازمة له وتنظيمها، وتحمُّل المخاطر والعوايد المترتبة على المشروع.



النشاط (٢) قصص نجاح رياضية.

يهدف هذا النشاط إلى تعرُّف قصص نجاح لرياضيين من الأردن والعالم.

الهدف:



التعليمات:

- وجِّه الطلبة إلى قراءة النص الآتي، ثم الإجابة عن الأسئلة التي تليه:

بعد عودة الشاب الأردني أحمد عيسى من الولايات المتحدة الأمريكية عام ٢٠١٠م، أخذ يُفكّر في كيفية استثمار تجارتة وخبرته التي اكتسبها في مجال الإنترنٌت في بلده الأردن؛ امتلاكاً للتوجيهات جلالـة الملك عبد الله الثاني ابن الحسين، في حـث الشـباب الأـرـدـنـي عـلـى خـدـمـة وـطـنـهـمـ، فـوـجـدـ أـنـ فـكـرـةـ إـنـشـاءـ شـرـكـةـ أوـ مـرـكـزـ لـتـسـوـيـقـ الـمـنـتـجـاتـ ذاتـ الـعـلـامـاتـ التـجـارـيـةـ المـتـداـولـةـ عـالـيـاـ هيـ فـكـرـةـ جـديـدةـ لمـ تـطـرـحـ مـنـ قـبـلـ.

لم تلق هذه الفكرة بـادئ الأمر أي استجابة من المستثمرين الأردنيين؛ لا عـتقـادـهـمـ أـنـهـاـ خطـوـةـ مـُـتـقـدـمـةـ لـأـيـمـكـنـ تـطـبـيقـهـاـ الـآنـ، وـأـنـ الـإـعـدـادـ لـهـاـ يـحـتـاجـ إـلـىـ سـنـوـاتـ عـدـدـةـ. غيرـ أنـ أـحمدـ أـصـرـ علىـ مـحاـوـلـةـ تـحـقـيقـ حـلـمـهـ، فـاستـأـجـرـ معـ ستـةـ مـنـ الشـبـابـ الـأـرـدـنـيـنـ مـخـزـنـاـ فيـ مـنـطـقـةـ بـيـادـرـ وـادـيـ السـيرـ، بـرـأـسـ مـاـلـ يـقـدـرـ بـنـحـوـ ٧٠٠٠ـ دـيـنـارـ، آـمـلـيـنـ تـحـقـيقـ رـبـحـ مـقـدـارـهـ ٦٠٠٠ـ دـيـنـارـ فيـ الشـهـرـ الـأـوـلـ، بـيـدـ أـنـ حـصـيـلـةـ الـأـرـبـاحـ فـاقـتـ تـوـقـعـتـهـمـ كـثـيـرـاـ؛ إـذـ بـلـغـتـ نـحـوـ ٦٠٠٠ـ دـيـنـارـ فيـ أـوـلـ شـهـرـ.

حـفـزـ هـذـاـ النـجـاحـ الـمـبـدـئـيـ أـحـمـدـ وـزـمـلـاءـهـ إـلـىـ الـبـحـثـ عـنـ مـسـتـثـمـرـ يـرـعـيـ فـكـرـتـهـمـ، فـحـصـلـواـ عـلـىـ دـعـمـ مـنـ أـحـدـ مـسـتـثـمـرـيـنـ بـقـيـمةـ ٥٠٠٠٠ـ دـيـنـارـ، وـكـانـ ذـلـكـ فيـ شـهـرـ تـشـريـنـ الثـانـيـ عـامـ ٢٠١٠ـ مـ؛ـ أيـ فيـ الشـهـرـ الثـانـيـ مـنـ اـنـطـلـاقـةـ الشـرـكـةـ (markavip). بـعـدـ ذـلـكـ اـزـدـادـ نـشـاطـ الشـرـكـةـ وـامـتـدـاـتـهـ لـيـشـمـلـ دـوـلـ الـخـلـيـجـ وـلـبـنـانـ وـتـرـكـياـ وـأـمـرـيـكاـ، وـزـادـتـ اـسـتـثـمـارـاتـ الشـرـكـةـ حـتـىـ بـلـغـتـ الـيـوـمـ ٢٢ـ مـلـيـونـ دـيـنـارـ، بـعـدـ دـخـولـ مـسـتـثـمـرـيـنـ أـرـدـنـيـنـ وـأـجـانـبـ، وـأـصـبـحـ لـدـىـ الشـرـكـةـ عـلـىـ مـوـقـعـهـاـ الـإـلـكـتـرـوـنـيـ أـكـثـرـ مـنـ مـلـيـونـ عـضـوـ.

• ما الذي أُعْجِبَكَ فِي النصّ؟

الذِي أُعْجِبَنِي فِي النصّ هُوَ مَا فَعَلَهُ أَحْمَدُ مِنْ اسْتِثْمَارِ خِبرَاتِهِ فِي مَجَالِ الْإِنْتِرْنَتِ، وَتِجَارَتِهِ فِي الْأَرْدَنِ.

• ما رأيُكَ فِي فِكْرَةِ المَشْرُوعِ؟

إِنَّ فِكْرَةَ إِنْشَاءِ شَرْكَةٍ لِتَسْوِيقِ الْعَلَامَاتِ التَّجَارِيَّةِ الْعَالَمِيَّةِ هِيَ فِكْرَةٌ رَائِدَةٌ لَمْ تُطْرَحْ فِي الْأَرْدَنْ مِنْ قَبْلِهِ؛ إِذْ تَسْهِيلُ وَصُولَ الْعَلَامَاتِ التَّجَارِيَّةِ الْعَالَمِيَّةِ إِلَى كُلِّ مَنْزِلٍ.

• مَا الْعَقَبَاتُ الَّتِي وَاجَهَهَا أَحْمَدُ؟

تَتَمَثَّلُ الْعَقَبَاتُ الَّتِي وَاجَهَهَا أَحْمَدُ فِي اعْتِقَادِ بَعْضِ الْمُسْتَثْمِرِينَ الْأَرْدَنِيِّينَ أَنَّ فِكْرَةَ إِنْشَاءِ شَرْكَةٍ لِتَسْوِيقِ الْعَلَامَاتِ التَّجَارِيَّةِ الْعَالَمِيَّةِ هِيَ خَطُوةٌ مُتَقدِّمَةٌ لَا يُمْكِنُ تَطْبِيقُهَا عَلَى أَرْضِ الْوَاقِعِ، فَضْلًا عَنْ صَعْوَدِ التَّموِيلِ.

• مَا الْاسْمُ الَّذِي يُطْلَقُ عَلَى أَحْمَدَ؟

الْاسْمُ الَّذِي يُطْلَقُ عَلَى أَحْمَدَ هُوَ رَائِدُ الْأَعْمَالِ.

• مَا تَعْرِيفُكَ لِمَفْهُومِ الرِّيَادِيِّ؟

تَتَعَدَّدُ إِجَابَاتُ الطَّلَبَةِ، وَتَخْتَلِفُ.

• هَلْ تَعْرِفُ أَسْمَاءَ رِيَادِيِّينَ مِنَ الْأَرْدَنْ وَدُولِ الْعَالَمِ؟ اذْكُرْهَا.

نَعَمْ، أَعْرِفُ أَسْمَاءَ رِيَادِيِّينَ مِنَ الْأَرْدَنْ وَدُولِ الْعَالَمِ، مِثْلًا: مُحَمَّدُ الشَّاكِرُ مُؤْسِسُ موقعِ (طَقْسُ الْعَربِ)، وَسَتِيفُ جُوبِرْ مُؤْسِسُ شَرْكَةِ آيَلِ.

- ناقش طلبتك في الأسئلة السابقة.

- ناقش الطلبة في مفهوم الريادي الآتي:

الرياديُّ: هُوَ مَصْطَلُحٌ مُشَتَّقٌ مِنَ الْكَلْمَةِ الْفَرَنْسِيَّةِ (Entrepreneur). وَقَدْ بَدَأَ اسْتِخْدَامُهُ عَامَ ١٧٢٣م، وَيُعْنِي الشَّخْصُ الَّذِي يُبَادرُ إِلَى تَأْسِيسِ شَرْكَةٍ، أَوْ تَنْفِيذِ مِبَادِرَةٍ وَإِدَارَتِهَا لِتَحْقِيقِ مَنْفَعَةٍ مُعَيَّنةٍ. وَيُرْتَبِطُ هَذَا الْمَصْطَلُحُ الْيَوْمَ بِخَصَائِصِ الْقِيَادَةِ وَالْإِبْدَاعِ وَالْابْتِكَارِ.

- أَطْلِعِ الْطَّلَبَةَ عَلَى قَصَصِ النِّجَاحِ الْآتِيَّةِ لِبَعْضِ رُوَادِ الْأَعْمَالِ عَلَى مَسْتَوِيِ الْأَرْدَنْ وَالْعَالَمِ:

أمجـد العـريـان (ـريـادـيـ أـرـدنـيـ).

الدكتورُ أمجد العريان هو مؤسسُ سلسلة صيدليات مشهورة في الأردن، ومنْ أبرز روّاد الأعمال على مستوى المنطقة؛ إذ استطاع في وقت قياسيٍ أن يُضاعفَ أعدادَ فروعه وموظفيه، تحقيقاً لرؤيه جلاله الملك عبد الله الثاني ابن الحسين وتطلعاته نحو توفير فرص عمل للشباب الأردني، وتوفير خدمات متميزة للمواطنين قلّ نظيرها في العالم. وقد أصبحت سلسلة الصيدليات هذه رقمًا عالميًّا يصعبُ تجاوزه، إلى جانب تحقيقها نقلة نوعية في مجال الصيدلة على مستوى العالم باستحداثها خطط عمل استراتيجية ومرحلية.

دخل العريان المُعترك وتولّد لديه الشغف بأنّه قادر ويستطيع أن يكون ناجحاً، وهو الحلم الذي كان يُداعبه منذ صغره، فبدأ الدكتور أمجد العريان في الأردن منذ عام ٢٠٠١ م برأس مال بسيط جداً في صيدلية واحدة واستمر على هذا النحو حتى عام ٢٠٠٣ م، ومن ثم افتتح فرعاً آخر، وفي عام ٢٠٠٦ م بدأت عملية انتشار السلسلة إلى أن أصبحت تضم أكثر من (٧٦) فرعاً في الأردن، وما يقارب (١٧) فرعاً في السعودية، و(٤) فروع في العراق حتى عام ٢٠١٧ م.

حصل العريان على وسام الملك عبد الله الثاني ابن الحسين للتميز من الدرجة الأولى؛ لدوره مجموعته الكبير في دعم الاقتصاد الوطني، وتشغيل الأيدي العاملة الأردنية، وإسهامات المجموعة المتميزة في المبادرات المجتمعية والإنسانية، إضافة إلى حضوره وترؤسه شخصياً الكثير من الأنشطة والمبادرات والمؤسسات الخيرية والاجتماعية، من مثل رئاسته مجلس الإدارة في مؤسسة إنجاز لتهيئة الفرص الاقتصادية للشباب.

يانغ كوم (ـريـادـيـ عـالـمـيـ).

يبلغ كوم من العمر ٣٧ سنةً، وقد هاجر من أوكرانيا إلى الولايات المتحدة الأمريكية وهو في سن السادسة عشرة، وكانت عائلته تعاني أوضاعاً بائسيةً؛ حتى إنّها اضطررت إلى استخدام الكوبونات الغذائية في شراء الطعام، وذلك على بعد بضعة أبنيةٍ من مكتب WhatsApp (الحالي في ماونتن فيو).



في عام ٢٠٠٩ م، أطلق يانغ كوم وبراين أكتون تطبيق الرسائل الذي حلّ تقريباً محلَ الرسائل القصيرة في مختلف أنحاء العالم. والآن، أصبح لدى شركة WhatsApp أكثر من ٦٠٠ مليون مستخدم. ثم اشتري كوم في وقت سابق من هذا العام شركة فيسبوك بمبلغ ١٩ مليار دولار، وهي الصفقة التي جعلته مiliارديراً ولم يتجاوز بعد سن السابعة والثلاثين.

١- وضِّحَ المقصود بـكُلِّ ممَا يأتِي :

الريادة: هي تحديد فكرة جديدة لمشروع معين، والبدء به، والتركيز عليه، وتوفير الموارد اللازمة له وتنظيمها، وتحمل المخاطر والعوائد المترتبة على المشروع.

الريادي: هو مصطلح مشتق من الكلمة الفرنسية (Entrepreneur). وقد بدأ استخدامه عام ١٧٢٣م، ويعني الشخص الذي يبادر إلى تأسيس شركة، أو تنفيذ مبادرة وإدارتها لتحقيق منفعة معينة. ويرتبط هذا المصطلح اليوم بخصائص القيادة والإبداع والابتكار.

٢- تحدَّث عن اثنين من رواد الأعمال، مُوضِّحاً الفكرة الريادية التي قام عليها مشروع كلٌّ منْهُما .

• **الدكتور أمجد العريان:** هو مؤسس سلسلة صيدليات مشهورة في الأردن، ومن أبرز رواد الأعمال على مستوى المنطقة؛ إذ استطاع في وقت قياسي أن يضاعف أعداد فروعه وموظفيه، تحقيقاً لرؤية جلال الملك عبد الله الثاني ابن الحسين وتطلعاته نحو توفير فرص عمل للشباب الأردني، وتوفير خدمات متميزة للمواطنين قل نظيرها في العالم. وقد أصبحت سلسلة الصيدليات هذه رقماً عالمياً يصعب تجاوزه، إلى جانب تحقيقها نقلة نوعية في مجال الصيدلة على مستوى العالم باستحداثها خططاً عمل استراتيجية ومرحلية.

• **يانغ كوم:** أطلق يانغ كوم وبرلين أكتون تطبيق الرسائل الذي حلّ تقريباً محل الرسائل القصيرة في مختلف أنحاء العالم. والآن، أصبح لدى شركة WhatsApp أكثر من ٦٠٠ مليون مستخدم. ثم اشتري كوم في وقت سابق من هذا العام شركة فيسبوك بمبلغ ١٩ مليار دولار، وهي الصفقة التي جعلته مليارديراً.

٣- بناءً على قراءتك لمجموعة القصص الريادية، ما الدروس المستفادة منها؟

تحفيز وتشجيع الطلبة على الدخول في مجال الريادة

تمييز الأعمال الريادية عن الوظيفة

١) أداة التقويم الخاصة بالعمل على أنشطة الدرس:

استراتيجية التقويم: الملاحظة.

أداة التقويم: سلم تقييم عددي.

الرقم	الأداء	ممتاز	جيد جداً	جيد	مقبول
١	يُعَمِّل بفاعلية ضمن المجموعة.				
٢	يشارك في وضع الأفكار.				
٣	يُعبِّر عن آرائه بحرية.				
٤	يحترم وجهة نظر الآخرين.				
٥	يساعد زملاءه في الفريق على تحقيق النتائج المطلوب.				
٦	يُظْهِر اتجاهات إيجابية نحو العمل الجماعي.				
٧	يتواصل مع الآخرين بإيجابية.				

٢) أداة التقويم الخاصة بنتائج التعلم الخاصة بالدرس:

استراتيجية التقويم: الملاحظة.

أداة التقويم: سلم تقييم عددي.

الرقم	الأداء	ممتاز	جيد جداً	جيد	مقبول
١	يُعرِّف مفهوم الريادة.				
٢	يُعرِّف مفهوم الريادي.				
٣	يدرك أمثلة على رياديين.				
٤	يستنتج أثر الريادة في التنمية المجتمعية.				

الدرس الثاني

صفات الريادي

نتائج التعلم الخاصة بالدرس:

يُتوقع من الطالب بعد انتهاء هذا الدرس أن يكون قادرًا على:

- تمييز صفات الشخص الريادي.
- تعرف مفهوم كل من القيادة، والإبداع، والابتكار.
- تحديد الصفات التي يجب أن يتحلى بها المبدع.
- استنتاج أهمية القيادة، واغتنام الفرص، والإبداع، والابتكار في ريادة الأعمال.

المفاهيم والمصطلحات:



- القيادة.
- الإبداع.
- الابتكار.

أساليب التدريس:

- العمل الجماعي.
- التدريس المباشر.
- فكر، ناقش، شارك.

أصبحت ريادة الأعمال اليوم ثقافةً سائدةً في مختلف دول العالم، حتى غدت تؤثر تأثيراً فاعلاً في المؤشرات الاقتصادية للدول؛ لذا تسعى معظم الحكومات إلى تطوير سوق العمل، وإيجاد بيئة عمل واستثمار مناسبة، في ظل هيمنة الكثير من المفاهيم الإدارية الحديثة، مثل مفهوم ريادة الأعمال. يمكن القول بأنَّ ريادة الأعمال تقوم على فكرة مبدعة لمشروع قد يكون صغيراً في حجمه ورأس ماله. أمّا رائد الأعمال فهو إنسانُ رأس ماله الأساسيُّ الموهبةُ الشخصيةُ، وقدراته ومهاراته التي تمنحه القدرة على اكتشاف الفرصة السانحة لتكون مشروعًا نافعًا مربحاً، ويحاول تدبير الموارد اللازمة لتحويل هذه الفرصة إلى واقع عمليٌّ حقيقيٌّ.

في ما يأتي بعض الصفات التي يمتاز بها الريادي:

- ١- القيادة.
- ٢- السعي وراء الفرص.
- ٣- الابتكار والإبداع.

أولاً : القيادةُ.



أنا قياديٌ.

النشاطُ
(١)

يهدف هذا النشاطُ إلى تعرُّفِ صفاتِ القائدِ الرياديِّ.

الهدفُ:



التعليماتُ:

- وزَعَ الطَّلَبَةَ إِلَى مَجْمُوعَاتٍ.
- وزَعَ ورقةً بِيَضَاءٍ عَلَى كُلَّ مَجْمُوعَةٍ.
- وَجَّهَ الطَّلَبَةَ إِلَى تَدوينِ أَهْمَمِ الصَّفَاتِ الَّتِي تُمِيزُ الشَّخْصَ الْقَائِدَ.
- اطْلَبْ إِلَى كُلِّ مَجْمُوعَةٍ تِبَادُلَ وَرْقَتَهَا مَعَ أُوراقِ الْمَجْمُوعَاتِ الْأُخْرَى لِتَتَعَرَّفَ مَا دَوَّنَتْهُ مِنْ صَفَاتٍ وَتَضَيِّفَ أَيَّ صَفَةً أُخْرَى لَمْ تُدُوَّنْهَا.
- اطْلَبْ إِلَى كُلِّ مَجْمُوعَةٍ إِرْجَاعَ كُلِّ وَرْقَةٍ إِلَى مَجْمُوعَتِهَا الْأُمُّ (الْأُولَى) لِلَّا طَلَاعٍ عَلَى مَا أَضَافَتْهُ الْمَجْمُوعَاتُ الْأُخْرَى مِنْ صَفَاتٍ.
- ناقش الطَّلَبَةَ فِي مَا تَوَصَّلُوا إِلَيْهِ.
- وَضَعَ لِلْطَّلَبَةَ مَا يَأْتِي:

القيادةُ: هي عملية تهدف إلى التأثير في سلوك الأفراد، وتنسيق جهودهم لتحقيق أهداف معينة؛ فإنجاز أي عمل بصورة صحيحة، بدءاً بالخطيط ثم التنفيذ فالتقييم، يتطلب قيادة حكيمة، وهي مهمة يتطلع بها القائد الذي ينظم العمل ويدبره وفق أسس شخصية ومؤسسية. صحيح أن القائد هو أحد أفراد المجتمع، غير أنه يمتلك مجموعة من المهارات والصفات التي تميزه عن غيره، والتي تجعله أهلاً لتسخير شؤون مجموعة محددة من الأفراد؛ سواءً كانت كبيرة أم صغيرة. وتقسم هذه الصفات إلى:

- ١) **الصفاتُ الذاتيةُ (الفطريةُ)**: هي الصفاتُ التي تُبَرِّزُ القائدَ مُفْكِراً، ومُخْطَطاً، ومُبْدِعاً، وقدراً على استشراف المستقبل.
- ٢) **الصفاتُ الإنسانيةُ (الاجتماعيةُ)**: هي الصفاتُ التي تُبَرِّزُ القائدَ متصلًا مُحفِزاً.
- ٣) **الصفاتُ الفنيةُ (التخصصيةُ)**: هي الصفاتُ التي تُبَرِّزُ القائدَ قادرًا على حل المشكلاتِ، واتخاذ القراراتِ.

بناءً على صفات القائد السابقة، اطلب إلى الطلبة الإجابة عن الأسئلة الآتية:

• هل أنت قائد؟

تتعدد إجابات الطلبة، وتختلف.

• ما الصفات التي تنقصك لتصبح قائدا فاعلا؟

ناقش كل طالب في الصفات التي تنقصه ليصبح قائدا فاعلا.

ما الصفات الواجب توافرها فيك لتصبح قائدا؟

الصفات الواجب توافرها في كل طالب ليصبح قائدا فاعلا، هي: الصفات الفطرية، والإنسانية الاجتماعية، والفنية التخصصية.

• ما الإجراءات التي ستقوم بها لتطوير صفاتك القيادية؟

من الإجراءات التي ينبغي لكل طالب اتباعها لتطوير صفاتي القيادية: اكتساب معرفة أكبر، والتدريب المستمر على أهم المهارات التي تلزم لبلوغ القيادة الفاعلة.

- ناقش الطلبة في صفات القائد الآتية:

• الاستماع إلى وجهات النظر المختلفة.

• المشاركة في اتخاذ القرار.

• القدرة على كسب ثقة الأفراد.

• تعرف صفات الأفراد، واستثمار طاقاتهم.

• الحرص على اللقاءات الفردية، والمصارحة في جو من الطمأنينة.

• المواظبة على الاحتكاك بالقياديين، والاستفادة من خبراتهم.

• المتابعة الجيدة المستمرة لمجريات الأحداث.

• تقويض الصالحيات والسلطات.

• وضع البدائل في محاور العمل كلها.

ثانياً: اغتنام الفرص.



اغتنم فرصتك.

النشاط
(١)

يهدف هذا النشاط إلى تعرُّف أهمية السعي وراء الفرص بوصف ذلك صفة من صفات الريادي.

الهدف:



التعليمات:

- وجِّه الطلبة إلى العمل بصورة فردية.
- اطلب إلى الطلبة الإطلاع على قصة الريادي المدونة في الصندوق.

قصة رياضي

والتر ديزني رجل أعمال أمريكي، ومنتج، ومخرج، ومتخصص في الرسوم المتحركة، ولد في الخامس من شهر ديسمبر عام ١٩٠١. يعد ديزني الشخصية المحورية لتاريخ سينما الرسوم المتحركة للأطفال، والأيقونة الثقافية في هذا المجال؛ نظراً إلى إسهاماته المهمة في صناعة الترفيه خلال القرن الماضي، وابتكاره العديد من الشخصيات الكرتونية المشهورة مثل مiki ماوس.



عاني ديزني كثيراً في بداية حياته؛ إذ لم يكتب لسيرته الصحافية النجاح. وبالرغم من أنه كان يملك معملاً خاصاً لبث الأفلام، فإنه لم يحقق أيضاً النجاح المنشود. وقد استمرَّ على هذا الحال حتى اتجه إلى العمل في مجال الشخصيات الكرتونية والأفلام، فأحرز نجاحاً كبيراً، واستطاع برسومه وشخصياته المبتكرة أن يحظى بشهرة واسعة طالت مختلف أرجاء العالم، وهي شخصيات أحبها الكبار قبل الصغار، مستمرة حاجة الصغار ولعلهم بشخصياته الكرتونية، وانتشار أجهزة التلفاز على مستوى العالم آنذاك.

- اطلب إلى الطلبة الإجابة عن الأسئلة الآتية:

• هل كان تعثّر والت ديزني في بداية مشواره دافعاً له للمحاولة وتجاوز التحديات؟
نعم، كان تعثّر والت ديزني في بداية مشواره دافعاً له للمحاولة وتجاوز التحديات؛ لأنّه لم يستسلم، وظلّ يحاول حتى تمكن من تحقيق هدفه.

• ما المجال الذي برز فيه والت ديزني؟
المجال الذي برز فيه والت ديزني هو الشخصيات الكرتونية والأفلام.

• ما الفرصة والأحوال التي ساعدته على ريادة هذا المجال؟
الذي ساعدته على ريادة هذا المجال: حب الصغار للشخصيات الكرتونية، ولا سيما في ظل انتشار أجهزة التلفاز عالمياً آنذاك.

- ناقش الطلبة في أهم هذه الإجابات.

- وضح للطلبة ما يأتي:

ينطبق على القصة السابقة قول: "إذا أردت النجاح، فإن النجاح يريدك أيضاً"، ولكن ذلك محظوظ باغتنام الفرص، والمواطبة على هذا الأمر بعيداً عن التذمر والتأسف؛ إذ لا بد من المثابرة، وتكرار المحاولة، وعدم اليأس إذا فاتت أحدكم فرصة ما. عليه. وهذه بعض التوجيهات المهمة في هذا الشأن:

- سارع إلى اغتنام الفرص، ولا تجلس مُنتظراً إياها؛ فقد يطول انتظارك من دون تحقيق مبتغاك.
- لا تهمل الفرصة انتظاراً لغيرها، أو ترددًا في أهميتها؛ فقد تكون هي آخر الفرص أو أفضلها.
- اغتنم وقت الفرصة؛ لأنَّ زمانها محدود، ووقتها غير ممدوٰد، ولكن تحل بالحكمة؛ فلا تستعجل التصرف قبل أوانها، ولا تتتوان عن اغتنامها.

ثالثاً: الإبداع والابتكار.



يُمثلُ الإبداعُ والابتكارُ إحدى الضروراتِ الأساسيةِ في إدارةِ الأعمالِ والمؤسساتِ؛ فالوقتُ في تسارعٍ وانقضاضٍ، وال حاجاتُ والطموحاتُ على اختلافِ أنماطها وأنواعها في نموٍّ واتساعٍ، ولمْ يَعُدْ كافياً أو مرضياً أداءُ الأعمالِ في المؤسساتِ الروتينيةِ التقليديةِ؛ لأنَّ الاستمرارَ بها يؤدي إلى توقفِ عجلةِ التقدُّمِ، ما يعني الفشلُ، أو التخلفُ عن الركُب المتسارعِ نحوِ الأمامِ. وعليه، فإنَّ المؤسسةَ لَنْ تكونَ رياديةً مبدعةً إلَّا إذا أصبحَ الابتكارُ والإبداعُ والتَّجديدُ أهمَّ السماتِ المميزةِ لأدائِها وخدماتها.



النشاطُ (١) الإبداعُ والابتكارُ.

يهدفُ هذا النشاطُ إلى استنتاجِ الفرقِ بينَ الإبداعِ والابتكارِ.



التعليماتُ:

- وزُعَ الطلبةَ إلى مجموعاتٍ.
- اطلبُ إلى كلِّ مجموعةٍ الاطلاعَ على ورقةِ العملِ (١-٣) : الإبداعُ والابتكارِ.
- اطلبُ إلى كلِّ مجموعةٍ حلَّ أسئلةِ ورقةِ العملِ (١-٣).
- اطلبُ إلى كلِّ مجموعةٍ أنْ تُناقشَ إجاباتها أمامَ المجموعاتِ الأخرى.
- نقاشُ الطلبةَ في الفرقِ بينَ الإبداعِ والابتكارِ.
- اطلبُ إلى كلِّ مجموعةٍ استنتاجَ مفهومِ كلِّ منَ الإبداعِ، والابتكارِ.
- اطلبُ إلى كلِّ مجموعةٍ عرضَ النتائجِ التي توصلَتْ إليها.



تأملِ الأفكارَ الآتية، ثمَّ أجبْ عنَ الأسئلةِ التي تليها:

- فَكَرَتْ منالُ في صنَعِ مَحْفَظَةِ أَقْلَامٍ (مَقْلَمَةٌ) مِنْ عَبَوَاتِ الْعَصَائِرِ الْبِلاسْتِيكِيَّةِ.
- فَكَرَ عادلُ في صنَعِ سِيَارَةٍ تَسِيرُ فَوْقَ الْمَاءِ.
- فَكَرَ خليلُ في صنَعِ طَاولَةٍ مَسْتَدِيرَةٍ مِنْ إِطَارِ (عِجْلَةٌ) سِيَارَةٍ.
- فَكَرَتْ سَندسُ في صنَعِ مَرْكَبَةٍ تَحْلُقُ فَوْقَ الْجَسُورِ.
- فَكَرَ سَامِرُ في صنَعِ كَرْسِيٍّ مَتَحْرِكٍ يُمْكِنُ ذُوِي الْاحْتِيَاجَاتِ الْخَاصَّةِ مِنْ صَعُودِ الدَّرَجِ.

١. برأيك، هلَّ الْأَفْكَارُ السَّابِقَةُ جَمِيعًا مَتَشَابِهٌ؟ لماذا؟
لا، الْأَفْكَارُ السَّابِقَةُ لِيَسَتْ جَمِيعًا مَتَشَابِهَةً، وَإِنَّمَا هِيَ مُخْتَلِفَةٌ تَبَعًا لِحَاجَاتِ الْأَفْرَادِ وَالْمُجَمَّعِ.

٢. أَيُّهَا تُمَثِّلُ فِكْرَةً مُسْتَحْدَثَةً لَمْ يُسْبِقْ لَهَا مَثِيلٌ؟ أَيُّهَا تُعَدُّ مُطَوَّرَةً مِنْ شَيْءٍ مَوْجُودٍ؟
الفَكْرَتَانِ الْأُولَى وَالرَّابِعَةُ تُمَثِّلُ كُلَّ مِنْهُمَا فِكْرَةً مُسْتَحْدَثَةً لَمْ يُسْبِقْ لَهَا مَثِيلٌ، أَمَّا الْأَفْكَارُ الْأُخْرَى فَهِيَ مُطَوَّرَةً مِنْ شَيْءٍ مَوْجُودٍ.

٣. مَا الْفَرْقُ بَيْنَ الْفِكْرَةِ الْمُسْتَحْدَثَةِ وَالْفِكْرَةِ الْمُطَوَّرَةِ؟
الْفِكْرَةُ الْمُسْتَحْدَثَةُ هِيَ فِكْرَةٌ جَدِيدَةٌ كُلِّيَّاً، لَمْ يُسْبِقْ لَهَا مَثِيلٌ، أَمَّا الْفِكْرَةُ الْمُطَوَّرَةُ فَهِيَ فِكْرَةٌ تَشْمَلُ تَطْوِيرَ شَيْءٍ مَوْجُودٍ أَصْلًا عَنْ طَرِيقِ إِعَادَةِ تَصْنِيعِهِ وَهِيَ كُلُّهُ بِصُورَةٍ جَدِيدَةٍ مُخْتَلِفَةٍ تَامًا عَنْ صُورَتِهِ الْقَدِيمَةِ.

٤. أَيُّ هَذِهِ الْأَفْكَارُ تُعَدُّ إِبْدَاعِيَّةً؟ أَيُّهَا تُعَدُّ اِبْتِكَارِيَّةً؟
الفَكْرَتَانِ الْأُولَى وَالرَّابِعَةُ هُمَا مِنْ الْأَفْكَارِ الإِبْدَاعِيَّةِ، أَمَّا بَقِيَّةُ الْأَفْكَارِ فَإِبْتِكَارِيَّةٌ.

٥. هُلْ يَوْجُدُ فَرْقٌ بَيْنَ الإِبْدَاعِ وَالِابْتِكَارِ؟ وَضُّحِّ إِجَابَتَكِ.
الْإِبْدَاعُ هُوَ الْقَدْرَةُ عَلَى رَؤْيَاةِ مَا لَا يَرَاهُ الْآخرون بِطَرِيقَةٍ غَيْرِ مَأْتُوفَةٍ، لَإِيجَادِ حلُولِ الْمُشَكَّلَاتِ الْمُخْتَلِفَةِ بِأَسَاليِّبٍ مُمِيَّزةٍ وَجَدِيدَةٍ انْطَلِاقًا مِنْ عَنَّاصِرٍ مَوْجُودَةٍ أَصْلًا.
أَمَّا الِابْتِكَارُ فَهُوَ الْقِيَامُ بِشَيْءٍ جَدِيدٍ وَمُخْتَلِفٍ بَدْلًا مِنْ اسْتِخْدَامِ الشَّيْءِ نَفْسِهِ، بِمَا يَتَنَاسَبُ مَعَ مُتَطلَّبَاتِ الْمُسْتَهْلِكِ وَاحْتِياجَاتِهِ، وَيُمْكِنُ القَوْلُ أَنَّ الِابْتِكَارَ هُوَ الْاخْتَرَاعُ نَفْسِهِ، لَكِنَّ مَعَ إِدْخَالِ جَدِيدٍ عَلَيْهِ يَنْسَابُ مَا وَجَدَ مِنْ أَجْلِهِ.

- ناقشِ الطلبة في النتائج التي توصلوا إليها.

الإبداع: هو القدرة على رؤية ما لا يراه الآخرون بطريقة غير مألوفة؛ لإيجاد حلول للمشكلات المختلفة بأساليب مميزة جديدة، بناءً على عناصر موجودة أصلاً.

الابتكار: هو إيجاد شيء جديد لم يسبق استخدامه من قبل، أو تطوير شيء موجود أصلاً بإعادة تصنيعه، وهيكلته بطريقة جديدة مختلفة تماماً عن القديمة.

الإبداع والابتكار - على اختلافهما - هما من الأدوات الأساسية لتطوير الأعمال والمؤسسات؛ فالإبداع قد يُشري المشروع بأفكار مختلفة غير مألوفة؛ أي لم يسبق لها مثال. أمّا الابتكار فإنه كفيل بإحداث تطورٍ وتحولٍ في المنتجات أو الخدمات التي تطرحها الشركة؛ وذلك بإعادة تصميم بيئه العمل الحالية، لإدخال تعديلاتٍ على المنتج، أو ابتكار منتجٍ جديدٍ من المواد والأدوات الموجودة أصلاً.

فمثلاً، التفكير في إنتاج سيارة تعمل بوقود غير تقليديٍ يُعدُّ إبداعاً من دون شك، فإذا كان المنتج النهائي (السيارة) قابلاً للتطبيق العمليٍ والبيع بسعر يقبله السوق، فإنَّ هذا الإبداع يصيّر ابتكاراً أيضاً. وهذا يعني أنَّ الابتكار يمتاز عن الإبداع من حيث القدرة على التطبيق العمليٍ.





توليد الأفكار الإبداعية.

النشاط
(٢)

يهدف هذا النشاط إلى توليد الأفكار الإبداعية.

الهدف:



التعليمات:

- وزع الطلبة إلى مجموعات.
- وزع على كل مجموعة ورقة العمل (٢-٣).

اكتب أكثر عدد من استخدامات قلم الرصاص باستثناء الكتابة	اكتب أكثر عدد من الأسئلة التي تكون إجاباتها الشمس

ورقة العمل (٢-٣) : توليد الأفكار الإبداعية.

- استمع إلى إجابات الطلبة.
- ناقش الطلبة في إجاباتهم.
- وضح للطلبة ما يأتي:

من الملاحظ أن الإجابة عن التساؤلين السابقين تتعدد، وتتنوع، وتحتفل من شخص إلى آخر؛ إذ يمكن استخدام القلم في غير الكتابة، مثل: استخدامه في تدريس موضوع العد للأطفال، وتعلم الأشكال الهندسية، وفي الرسم، واستخدامه مشبكًا شعر للفتيات، وغير ذلك.

فالإبداع حالة عقلية بشرية تتحول إلى إيجاد أفكار أو طرائق ووسائل موجلة في الجدة والتفرد، بحيث تمثل إضافة حقيقة إلى مجموع النتاج الإنساني؛ وتشتمل على فوائد حقيقة يمكن تمثيلها عملياً إذا كانت المسألة ترتبط بموضوع تطبيقي، أو تمثل تعبيراً وأسلوباً جديدين.



النشاط (٣) فكري أصيلة.



يهدف هذا النشاط إلى إيجاد فكرة أصيلة.

التعليمات:

- وزع الطلبة إلى مجموعات.
- اطلب إلى أفراد المجموعات الاطلاع على ورقة العمل (٣-٣).
- اطلب إلى أفراد كل مجموعة الإجابة عن سؤال ورقة العمل.
- ناقش الطلبة في إجاباتهم.

يعاني الأردن شحًا في موارده المائية. تخيل نفسك موظفاً في وزارة المياه والري، وطلب إلى التفكير في حلول إبداعية لتوفير مصادر أخرى للمياه في الأردن.

المطلوب:

إيجاد حلول أصيلة (جديدة غير مألوفة) لتوفير مصادر للمياه في الأردن.

ورقة العمل (٣-٣): فكري أصيلة.



مرونة التفكير الإبداعي.

النشاط
(٤)

يهدف هذا النشاط إلى التحلي بالمرونة في أثناء التفكير الإبداعي.

الهدف:

التعليمات:

- وزع الطلبة إلى مجموعات.
- وزع ورقة بيضاء على كل مجموعة، واطلب إلى أفرادها تقطيع الورقة إلى قصاصات صغيرة.
- اطلب إليهم تخيل أن هذه القصاصات هي شظايا زجاج مكسور.
- اطلب إلى كل مجموعة تجميع هذه الشظايا لصنع منتج مبتكر.
- اطلب إلى كل مجموعة عرض ما توصلت إليه.
- ناقش الطلبة في ما توصلوا إليه.
- وضح للطلبة ما يأتي:

من سمات التفكير الإبداعي:

- ١- الأصالة: هي القدرة على ابتكار الأفكار الفريدة النادرة غير المألوفة، مثل: إيجاد حلول مشكلة ما، أو ظاهرة معينة، مثل: الفقر، والبطالة، انخفاض الدخل.
- ٢- الطلاق: هي القدرة على الإتيان بأكبر قدر ممكن من الأفكار الإبداعية في وقت قصير نسبياً، مثل: توليد أكبر قدر ممكن من الكلمات التي على وزن (حسان) في دقيقتين، وتوليد أكبر قدر ممكن من الكلمات التي تتالف من أربعة أحرف، والتي تبدأ بحرف الجيم مثلاً.
- ٣- المرونة: هي القدرة على تغيير الحالة الذهنية بتغيير الموقف، مثل: التعبير عن حالة معينة بطريقة مختلفة، من مثل: التعبير بكلمات محددة عن الحياة على سطح المريخ، أو التعبير بكلمات غير مألوفة عن ظاهرة التجدد.

١ - عَرْفُ المَفَاهِيمِ الْأَتِيَّةِ :

القيادة: هي عملية تهدف إلى التأثير في سلوك الأفراد، وتنسق جهودهم لتحقيق أهداف معينة.

الإبداع: هو القدرة على رؤية ما لا يراه الآخرون بطريقة غير مألوفة؛ لإيجاد حلول للمشكلات المختلفة بأساليب مميزة جديدة، بناءً على عناصر موجودة أصلاً.

الابتكار: هو إيجاد شيء جديد لم يسبق استحداثه من قبل، أو تطوير شيء موجود أصلاً بإعادة تصنيعه، وهيكلته بطريقة جديدة مختلفة تماماً عن القديمة.

٢ - اذْكُرْ سَتَّةً مِنْ صَفَاتِ الْقَائِدِ .

- الاستماع إلى وجهات النظر المختلفة.
- المشاركة في اتخاذ القرار.
- القدرة على كسب ثقة الأفراد.
- تعرف صفات الأفراد، واستثمار طاقاتهم.
- الحرص على اللقاءات الفردية، والمصارحة في جو من الطمأنينة.
- المواظبة على الاحتكاك بالقياديين، والاستفادة من خبراتهم.

٣ - هَاتِ مَثَلًاً وَاحِدًا عَلَى سَمَاتِ التَّفْكِيرِ الإِبْدَاعِيِّ الْأَتِيَّةِ :

فسح المجال أمام الطلبة للتفكير في أمثلة من واقع حياتهم تنم عن تفكيرهم الإبداعي، ويمكن ربط ذلك بسمات التفكير الإبداعي التي ورد ذكرها في الدرس.

١. المرونة: هي القدرة على تغيير الحالة الذهنية بتغيير الموقف، مثل: التعبير عن حالة معينة بطريقة مختلفة، من مثل: التعبير بكلمات محددة عن الحياة على سطح المريخ، أو التعبير بكلمات غير مألوفة عن ظاهرة التجدد.

٢. الطلاقة: هي القدرة على الإتيان بأكبر قدر ممكن من الأفكار الإبداعية في وقت قصير نسبياً، مثل: توليد أكبر قدر ممكن من الكلمات التي على وزن (حسان) في دقيقتين، وتوليد أكبر قدر ممكن من الكلمات التي تتالف من أربعة أحرف، والتي تبدأ بحرف الجيم مثلاً.

٣. الأصلة: هي القدرة على ابتكار الأفكار الفريدة النادرة غير المألوفة، مثل: إيجاد حلول لمشكلة ما، أو ظاهرة معينة، مثل: الفقر، والبطالة، انخفاض الدخل.

١) أداة التقويم الخاصة بالعمل على أنشطة الدرس:

استراتيجية التقويم: الملاحظة.

أداة التقويم: سلم تدريب عددي.

الرقم	الأداء	ممتأز	جيد جدًا	جيد	مقبول
١	يُعمل بفاعلية ضمن المجموعة.				
٢	يشارك في وضع الأفكار.				
٣	يعبر عن آرائه بحرية.				
٤	يحترم وجهة نظر الآخرين.				
٥	يساعد زملاءه في الفريق على تحقيق النتائج المطلوب.				
٦	يُظهر اتجاهات إيجابية نحو العمل الجماعي.				
٧	يتواصل مع الآخرين بإيجابية.				

٢) أداة التقويم الخاصة بنتائج التعلم الخاصة بالدرس:

استراتيجية التقويم: التقويم المعتمد على الأداء.

أداة التقويم: قائمة شطب.

الرقم	الأداء	نعم	لا
١	يُميز بين القيادة، واهتمام الفرص، والإبداع، والابتكار.		
٢	يُميز أهم الصفات القيادية.		
٣	يستنتاج أهمية القيادة في العمل الريادي.		
٤	يحدد أهم التوجيهات التي تسهم في الاهتمام الأمثل للفرص.		
٥	يستطيع توليد الأفكار الإبداعية الفاعلة.		

الدرس الثالث

فكري الريادية

٣

نتائج التعلم الخاصة بالدرس:

يتوقع من الطالب بعد انتهاء هذا الدرس أن يكون قادرًا على:

- تمييز مفهوم الفكرة الريادية من مفهوم الفكرة التقليدية.
- تحديد مصادر توليد الفكرة الريادية.



المفاهيم والمصطلحات:

- الفكرة الريادية.
- الفكرة التقليدية.

أساليب التدريس:

- العمل الجماعي.
- التدريس المباشر.
- كرية الثلج.

التفكير والفكر نعمة إلهية وهبها الله بنى البشر دون غيرهم من مخلوقاته، وهو يمثل أعقد أشكال السلوك الإنساني. وقد جعل الله تعالى الإنسان خليفة على الأرض، وميّزه بالعقل عن بقية المخلوقات، وكلّفه بتحمل أعباء المسؤولية، وحثّه على النظر في ملكته بالتفكير وإعمال العقل والتدبر. قال تعالى:

﴿وَهُوَ الَّذِي مَدَ الْأَرْضَ وَجَعَلَ فِيهَا رَوَاسِيَ وَأَنْهَارًا وَمِنْ كُلِّ الثَّمَرَاتِ جَعَلَ فِيهَا زَوْجَيْنِ اثْتَيْنِ يُغْشِي اللَّيلَ النَّهَارَ إِنَّ فِي ذَلِكَ لَآيَاتٍ لِّقَوْمٍ يَنْفَكِّرُونَ﴾ (سورة الرعد، الآية ٣).



الفكرةُ الرياديَّةُ، والفكرةُ التقليديَّةُ.

النشاطُ
(١)

يهدف هذا النشاط إلى استنتاج الفرق بين الفكرَةِ الرياديَّةِ والفكَرةِ التقليديَّةِ من حيث المفهوم.

الهدفُ:

التعليماتُ:

- وزع الطلبة إلى مجموعات.
- اطلب إلى كل مجموعة ذكر كلمات لها علاقة بمفهوم الفكرَةِ الرياديَّة.
- اطلب إلى كل مجموعة صياغة مفهوم للفكرةِ الرياديَّة.
- اطلب إلى كل مجموعة عرض تعريفها.
- وجّه كل مجموعة إلى مناقشة الفرق بين الفكرَةِ الرياديَّةِ والفكَرةِ التقليديَّةِ.
- اطلب إلى كل مجموعة عرض نتائجها على المجموعات الأخرى.
- ناقش الطلبة في مفهومي الفكرَةِ الرياديَّةِ والفكَرةِ التقليديَّةِ، والفرق بينهما.

وردَت كلمةُ (ريادةً) في المعاجم بمعنى القيادة والرئاسة والسبق في مجال ما. وتأسِيساً على ذلك، فإنَّ الفكرَةِ الرياديَّةَ تعني إنتاج سلوكيات وممارسات أفضل لطقوسنا اليومية. ويمكن القول إنَّها عملية تهدف إلى إيجاد فكرةً جديدةً، أو تطوير فكرةً قديمةً لتلبية حاجات المستهدفين. أمّا الفكرَةُ التقليديَّة ف تكون في إطار ما هو معتاد، ويحرصُ صاحبُها على التمسك بالموروثات القديمة من دون إضافة قيمةٍ جديدة، أو قيمةٍ تطويرية.

الأفكارُ الرياديَّةُ لا تبادر إلى ذهن صاحبها فجأةً، وإنما تكون غير واضحة بادئ الأمر، ثم تتضح شيئاً فشيئاً. وهذا النوع من التفكير حثَّ عليه الدينُ الإسلامي؛ ففي القرآن الكريم آيات كثيرةً جدًا تدعى إلى التأمل في مخلوقات الله، وإلى طلب العلم، وتقصي المعرفة القائمة على الاستنتاج والاستكشاف.

إنَّ الفكرة الريادية لا تلمع في ذهن صاحبها عن طريق الوراثة؛ فليس الأمر فطرياً، وإنما هو مكتسب يأتي بالتعلم والتدريب. فكم من ريادي في العالم عاش في ظروف بيئية قاسية، أو كان مصاباً بإعاقة في بدنِه، أو لم يتلق تعليماً كافياً، أو تعرض لواقف سيئة فرضها عليه المجتمع، لكن هؤلاء جميعاً تحدوا هذه الواقع البيئية، وفكروا في طريقة مختلفة، وتجاوزوا المحن والتحديات، وحولوا أوجاعهم إلى طموحاتٍ ونجاحات، وصاروا رواداً بعد ما أضافوا قيمة جديدة إلى عالمنا هذا.



طرائق توليد الفكرة الريادية.

النشاط
(٢)

يهدف هذا النشاط إلى تعرُّف طرائق توليد الفكرة الريادية.

التعليمات:

- وزع الطلبة إلى مجموعات ثنائية.
- اطلب إلى كل مجموعة كتابة أهم طرائق التي تساعد على توليد أفكار إبداعية، مثل استخدام الرسم.
- بعد ذلك، وجّه كل مجموعة إلى مشاركة مجموعة أخرى في أفكارها.
- اطلب إلى كل مجموعة رباعية مشاركة مجموعة رباعية أخرى في أفكارها، وتنظيم نقاش بخصوصها.
- استمع إلى أفكار الطلبة، ثم نقشهم فيها.
- أخبر الطلبة أنه توجد طرائق عدّة لتوليد الأفكار الإبداعية، أهمها:



- الأسئلة، بصرف النظر عن مدى منطقيتها. أسأل ما تريده، وابداً أسئلتك حول الفكرة الوليدة مستخدماً أدوات الاستفهام الممكنة جمِيعها، مثل: هل، كيف، لماذا، أين؛ فهذه الأسئلة هي المساعد الكبير لبلورة الفكرة.
- إذا كنت ضمن مجموعة من الناس، فابدؤوا عملية عصف ذهنيٌّ. ويمكِنك فعل ذلك وحده، واستجلاب خواطرك في مكان هادئ، ولو مدة نصف ساعة يومياً.
- قد تكون قوَّة تفكيرك خاملة نوعاً ما، ولكنها حقاً موجودة. فأنت تحتاج فقط إلى دفعه لتنشيطها، ويمكِنك فعل ذلك بسؤال نفسك: هل حللت مشكلة اليوم؟
- القراءة والإبحار في بحور العلم والمعرفة، مع التحليل والمقارنة لما بين السطور، قد يُضيء لك فكرة عميقه.
- عملية الانتقاء مهمة؛ فقد تحضرك العديد من الأفكار المهمة وغير المهمة، والمنطقية وغير المنطقية دونها جميعاً، ثم انق منها الفكرة الرياضية.
- إذا ابىقت فكرة ما في ذهنك فاكتبها فوراً أينما كنت، وبأي طريقة متوافرة؛ فقد رأيت أشخاصاً يدونون أفكارهم الفجائية على ورق المناشير، وأخرون يكتبون فكرة خطرت لهم فجأة على أيديهم. فالإلهام قد يأتيك من دون أن يطرق بابك، وأنت في أي مكان، وعلى أي حال؛ فقد تكون في بداية خلودك إلى النوم، أو في طريقك إلى العمل، أو تهم بقيادة السيارة... دون بالطريقة المتاحة لديك.
- التدريبات الذهنية تساعد على شحن طاقة التفكير؛ لذا دربْ ذهنك يومياً، وتذكر أن هذه التدريبات موجودة في الكتب التي تتناول هذا الموضوع، أو في الواقع الإلكترونية التي تعنى بهذا الأمر.



اختيار الفكرة الرياضية وتقديرها.

النشاط
(٣)



يهدف هذا النشاط إلى اختيار الفكرة الرياضية وتقديرها.

التعليمات:

- وزع الطلبة إلى مجموعات خماسية.
- اطلب إلى كل مجموعة الاستعانة بالطريق المتعلم في النشاط السابق لاختيار فكرة رياضية.
- وجّه كل مجموعة إلى تقييم فكرتها بناءً على المعايير المبينة في الجدول (١-٢).

معايير تقييم الفكرة الريادية

الرقم	معايير التقييم	النقطة (٤-١)	ملاحظاتُ
١	مستوى الإبداع والتجديف في الفكرة.		
٢	مدى وضوح الفكرة والأهداف.		
٣	مدى قابلية الفكرة للتنفيذ.		
٤	مدى مساهمة الفكرة في خدمة المجتمع.		
٥	مدى توافق الأسعار مع السلع أو الخدمات البديلة.		
٦	مدى توافر مدخلات المشروع (العناصر الإنتاجية).		
٧	مستوى العائد المالي.		
٨	مدى محافظة السلع أو الخدمات على البيئة.		
٩	مدى توافر أسواق للمشروع.		
١٠	مدى القابلية لزيادة الإنتاج.		
المجموع			
المعدل النهائي (المجموع ÷ عدد معايير التقييم)			

الجدول (١-٢): معايير تقييم الفكرة الريادية.

- وضح للطلبة ما يأتي:

الأفكار الريادية قد تكون غير مألوفة، وتوصف بالجنون؛ فكم من فكرة اتهمها الجميع - حين ولدت - بالجنون، ولما أرسست قواعدها، وأثبتت ذاتها، وأصبحت واقعاً ملمساً، أصبح الجنون هو عدم استخدامها. خذ مثلاً صاحب اختراع الطائرة (عباس بن فرناس) الذي فكر خارج حدود المعقول، وواتته فكرة مجنونة. وبالرغم من أنه لم يفكّر آنذاك في صنع طائرة، فإن مجرد تساؤله: لماذا لا أطير مثل الطيور؟ يُعد ضرباً من الجنون، وفكرة غريبة مستهجنَة يستحيل تصديقها، ولكن بعد استخدام الطائرة أصبح السفر إلى بلاد بعيدة من دونها هو الجنون نفسه.

خلق الله - عز وجل - الإنسان لحكمة عبادته، وتعمير الأرض، وتحقيق الخلافة فيها، وهذا كله إنما يكون فقط بالأفكار الريادية. ولنتذكّر دائمًا هذه المقوله: "لن تكون القيادة إلا لأصحاب الريادة"؛ لذا كن مختلفاً في تفكيرك تكن قائداً في مجال تخصصك، وتكن لك بصمة على الأرض شاهدة على طموحك.

ولا شك في أن الفكرة الريادية ستراوح مكانها إذا لم تُنفذ على أرض الواقع، فكونها حبيسة الذهن لا يجعلها تصنف ضمن الأفكار الريادية؛ لأنها لا تضيف جديداً إلى الحياة.



١- وضُحِّ الفرقَ بَيْنَ الْفِكْرَةِ الرِّيَادِيَّةِ وَالْفِكْرَةِ التَّقْلِيَّدِيَّةِ.

الفكرةُ الرِّيَادِيَّةُ: يُقْصَدُ بِهَا إِنْتَاجُ مَهَارَسَاتٍ أَفْضَلَ لِطَقْوِسِنَا الْيَوْمِيَّةِ، وَإِيجَادُ فِكْرَةٍ جَدِيدَةٍ، أَوْ تَطْوِيرُ فِكْرَةٍ قَائِمةٍ؛ تَلْبِيَّةً لِحَاجَاتِ الْمُسْتَهْدَفِينَ.

الفكرةُ التَّقْلِيَّدِيَّةُ: هِيَ فِكْرَةٌ تَكُونُ فِي إِطَارِ مَا هُوَ مَعْتَادٌ، وَيَتَمَسَّكُ صَاحِبُهَا بِالْمُورُوثَاتِ الْقَدِيمَةِ مِنْ دُونِ إِضَافَةِ قِيمَةٍ جَدِيدَةٍ، أَوْ قِيمَةٍ تَطْوِيرِيَّةٍ.

٢- اذْكُرْ ثَلَاثَ طَرَائِقَ لِابْتِدَاعِ الْفِكْرَةِ الرِّيَادِيَّةِ.

- الأسئلةُ، بِصِرَافِ النَّظَرِ عَنْ مَدِيْنَتِهَا. اسْأَلْ مَا تَرِيدُ ، وَابْدُأْ أَسْئَلَتَكَ حَوْلَ الْفِكْرَةِ الْوَلِيدَةِ مُسْتَخْدِمًا أدَوَاتِ الْاسْتَفْهَامِ الْمُكْنَةَ جَمِيعَهَا، مَثَلًا: هَلْ، كَيْفَ، مَا زَانَ، أَيْنَ؛ فَهَذِهِ الْأَسْئَلَةُ هِيَ الْمُسَاعِدُ الْكَبِيرُ لِبِلْوَرَةِ الْفِكْرَةِ.

- إِذَا كُنْتَ ضَمِنَ مَجْمُوعَةً مِنَ النَّاسِ، فَابْدُؤُوا عَمْلِيَّةَ عَصْفِ ذَهْنِيٍّ. وَيُمْكِنُكَ فَعْلُ ذَلِكَ وَحْدَكَ، وَاسْتَجْلَابُ خَوَاطِرِكَ فِي مَكَانٍ هَادِئٍ، وَلَوْ مَدَّةَ نَصْفِ سَاعَةٍ يَوْمِيًّا.

- قَدْ تَكُونُ قُوَّةُ تَفْكِيرِكَ خَامِلَةً نَوْعًا مَا، وَلَكِنَّهَا حَقًّا مُوْجَودَةٌ. فَإِنَّ تَحْتَاجُ فَقَطَ إِلَى دَفْعَةٍ لِتَتَشَيَّطُهَا، وَيُمْكِنُكَ فَعْلُ ذَلِكَ بِسَؤَالِ نَفْسِكَ: هَلْ حَلَّتُ مُشَكَّلَةَ الْيَوْمَ؟

٣- عَلَّلْ مَا يَأْتِي:

تَوَصُّفُ الْأَفْكَارِ الرِّيَادِيَّةِ بِأَنَّهَا قَدْ تَكُونُ مَجْنُونَةً.

الْأَفْكَارُ الرِّيَادِيَّةُ قَدْ تَكُونُ غَيْرَ مَأْلَوَةٍ، وَتَوَصُّفُ بِالْجَنُونِ؛ فَكُمْ مِنْ فِكْرَةٍ اتَّهَمَهَا الْجَمِيعُ - حِينَ وُلِدَتْ - بِالْجَنُونِ، وَلِمَا أَرْسَتَ قَوَاعِدَهَا، وَأَثْبَتَتْ ذَاتَهَا، وَأَصْبَحَتْ وَاقِعًا مَلْمُوسًا، أَصْبَحَ الْجَنُونُ هُوَ عَدَمُ اسْتِخْدَامِهَا. خُذْ مَثَلًا صَاحِبَ اخْتْرَاعِ الطَّائِرَةِ (عَبَاسُ بْنُ فَرْنَاسَ) الَّذِي فَكَرَ خَارِجَ حَدُودَ الْمَعْقُولِ، وَوَاتَّهُ فِكْرَةُ مَجْنُونَةٌ. وَبِالرَّغْمِ مِنْ أَنَّهُ لَمْ يُفْكِرْ أَنَّذَاكَ فِي صُنْعِ طَائِرَةٍ، فَإِنَّ مُجَرَّدَ تَسْأُلُهُ: لِمَاذَا لَا أَطْيِرُ مِثَلَ الطَّيُورِ؟ يُعَدُّ ضَرِبًا مِنَ الْجَنُونِ، وَفِكْرَةٌ غَرِيبَةٌ مُسْتَهْجَنَةٌ يَسْتَحِيلُ تَصْدِيقُهَا، وَلَكِنَّ بَعْدَ اسْتِخْدَامِ الطَّائِرَةِ أَصْبَحَ السَّفَرُ إِلَى بَلَادٍ بَعِيدَةٍ مِنْ دُونِهَا هُوَ الْجَنُونُ نَفْسَهُ.

١) أداة التقويم الخاصة بالعمل على أنشطة الدرس:

استراتيجية التقويم: الملاحظة.

أداة التقويم: سلم تدیر عددي.

الرقم	الأداء	ممتاز	جيد جداً	جيد	مقبول
١	يعلم بفاعلية ضمن المجموعة.				
٢	يشارك في وضع الأفكار.				
٣	يعبر عن آرائه بحرية.				
٤	يحترم وجهة نظر الآخرين.				
٥	يساعد زملاءه في الفريق على تحقيق النتائج المطلوب.				
٦	يُظهر اتجاهات إيجابية نحو العمل الجماعي.				
٧	يتواصل مع الآخرين بإيجابية.				

٢) أداة التقويم الخاصة بنتائج التعلم الخاصة بالدرس:

استراتيجية التقويم: الملاحظة.

أداة التقويم: سلم تدیر عددي.

الرقم	الأداء	ممتاز	جيد جداً	جيد	مقبول
١	يُميّز الفكرة الريادية من الفكرة التقليدية.				
٢	يُحدد أهم طرائق الوصول إلى الفكرة الريادية.				
٣	يستطيع توليد الأفكار الريادية، وتقديرها.				
٤	يستنتج دور الأفكار الريادية في خدمة المجتمع.				

الدرس الرابع

أبعاد الفكرة الريادية

نتائج التعلم الخاصة بالدرس:

يُتوقع من الطالب بعد انتهاء هذا الدرس أن يكون قادرًا على:

- تحديد أبعاد الفكرة الريادية.
- استخلاص أمثلة على أبعاد الفكرة الريادية من حالات متنوعة.

المفاهيم والمصطلحات:



- الاستدامة.
- البعد الاقتصادي.
- البعد المجتمعي.
- البعد البيئي.
- الاقتصاد الأخضر.

أساليب التدريس:

- العمل الجماعي.
- دراسة حالة.
- التدريس المباشر.

يجب أن تكون الفكرة الريادية مبدعةً، ولكن يتبعن على أي شركة عند اختيار هذه الفكرة الوعي بتأثير الشركة الإيجابي في البيئة والمجتمع المحيط، والحرص على التخفيف من أي آثار سلبية تسببها عمليات الشركة، وذلك بتبني المبادرات التي تراعي أهم ثلاثة مقومات للتنمية، وهي: المجتمع، والبيئة، والاقتصاد، في ما يُعرف بالاستدامة (Sustainability) التي تفضي إلى الحفاظ على نوعية الحياة؛ بالتكيف مع البيئة عن طريق استثمار الموارد الطبيعية أطول وقت ممكن يكفل المحافظة على استمرار الحياة.


**النشاط
(١)**

أبعاد الفكرة الرياضية.

الهدف:

يهدف هذا النشاط إلى تعرُّف أبعاد الفكرة الرياضية.

التعليمات:

- وزع الطلبة إلى مجموعات.

- اطلب إلى كل مجموعة الاطلاع على ورقة العمل (٤-٣).

• **السيارة الكهربائية:** تتجه شركات صناعة السيارات اليوم إلى إنتاج سيارات كهربائية، تعتمد تصاميمها على محرك يعمل بالكهرباء، ونظام تحكم كهربائي، وبطارية قوية يمكن إعادة شحنها، مع المحافظة على خفض وزنها، وجعل سعرها في متناول المشتري. تُعد السيارة الكهربائية أفضل من سيارات محرك الاحتراق الداخلي من حيث المحافظة على البيئة؛ إذ لا ينبعث منها أي مخلفات ضارة بالبيئة.

• **الدواسة الكهربائية:** هي طريقة جديدة لإنتاج الطاقة باستخدام الكم الهائل من السيارات التي تسير على شوارع المدن كل يوم؛ إذ يتيح هذا المشروع إنتاج طاقة كهربائية نظيفة من مرور السيارات فوق الدواسة، واستخدام الطاقة المنتجة في إنارة المرافق العامة والمباني.

• **الجامعة الهاشمية:** تُقدم الجامعة الهاشمية خدمات تعليمية عالية المستوى للطلبة لقاء الرسوم التي يدفعها هؤلاء الطلبة والجهات المانحة. وقد تمكنت الجامعة من خفض التكلفة المرتفعة للطاقة بتوليد الكهرباء عن طريق تركيب لوحات شمسية في مختلف كليات الجامعة ومرافقها، فضلاً عن تسخير جميع المرافق لخدمة المجتمع المحلي، وتقديم الدورات التأهيلية المتنوعة لربات البيوت في المجتمع المحلي المحيط بالجامعة.

- أجبَ أنتَ وأفرادُ مجموعتكَ عنِ الأسئلةِ الآتيةِ:

- ما الآثارُ الإيجابيةُ للسيارةِ الكهربائيةِ؟
- كيفَ أَسْهَمَتِ الدوّاسةُ الكهربائيةُ في تحسينِ أحوالِ المدنِ؟
- كيفَ أَسْهَمَتِ الجامعةُ الهاشميةُ في خدمةِ طلبتهاِ والمجتمعِ المحليِّ؟
- ما الأبعادُ الاقتصاديةُ والاجتماعيةُ والبيئيةُ في الحالاتِ السابقةِ؟

ورقة العمل (٤-٣) : دراسة حالة.

- استمعْ إلى إجاباتِ كُلِّ مجموعةِ.

- ناقشِ الطلبةَ في إجاباتِ الأسئلةِ السابقةِ، مُبِينًا ما يأتي:

- ظهرَتِ الأبعادُ الثلاثةُ للاستدامةِ في دراسةِ الحالةِ الأولىِ (السيارةُ الكهربائيةُ) على النحوِ الآتي:
 - **البعدُ الاقتصاديُّ:** تمثلَ في ارتفاعِ نسبِ البيعِ، ورفعِ سقفِ الإنتاجِ، وزيادةِ الطلبِ.
 - **البعدُ الاجتماعيُّ:** تمثلَ في صنعِ السيارةِ بمواصفاتٍ تراعي مستوياتِ الدخلِ المتنوعةَ، وتتيحُ لأغلبِ أفرادِ المجتمعِ فرصةً شرائها؛ نظرًا إلى سعرِها الذي يناسبُ الجميعَ، وعدمِ حاجتها إلى الوقودِ (البترولُ)، ولا سيَّما في ظلِّ تكلفتهِ العاليةِ.
 - **البعدُ البيئيُّ:** تمثلَ في محافظةِ السيارةِ على البيئةِ، وعدمِ نفثِها الدخانَ، وهو ما جعلَها صديقةً للبيئةِ.

أمّا دراسةُ الحالةِ الثانيةِ (الدوّاسةُ الكهربائيةُ) فتَمَثَّلتُ فيها أبعادُ الاستدامةِ كما يأتي:

- **البعدُ الاقتصاديُّ:** تمثلَ في تكاليفِها المنخفضةِ بخصوصِ الإنارةِ، وتوليدِ الطاقةِ الكهربائيةِ بالطراائقِ الأخرىِ.
- **البعدُ الاجتماعيُّ:** تمثلَ في تقديمِها طريقةً تسهيِّمُ في خفضِ التكلفةِ المترتبةِ على الدولةِ أو المؤسسةِ في ما يخصُّ إنتاجِ الطاقةِ لإنارةِ المبانيِّ أو الشوارعِ؛ ما يعودُ بالنفعِ على أفرادِ المجتمعِ.
- **البعدُ البيئيُّ:** تمثلَ في أنَّ الوسيلةَ آمنةٌ، وليسَ لها أيُّ تأثيراتٍ سلبيةٍ في البيئةِ.

وأمام دراسة الحالة الثالثة (الجامعة الهاشمية) فتمثلت فيها أبعاد الاستدامة كما يأتي:

- **البعد الاقتصادي:** تمثل في حصول الجامعة على عوائد مالية أكثر من رسوم الطلبة، وتخفيض مصروفات الطاقة.
- **البعد الاجتماعي:** تمثل في ما تقدمه مراافق الجامعة من مسارح وملاعب وغير ذلك لدعم الأنشطة والفعاليات المجتمعية.
- **البعد البيئي:** تمثل في استثمار الطاقة الشمسية في توليد الطاقة، والاستفادة عن كل ما يلوث البيئة.

ترتكز الاستدامة على ثلاثة أبعاد رئيسة لا يستقيم الحال إلا بمراعاة متغيراتها، وهي:

- **البعد الاقتصادي:** يتمثل هذا البعد في زيادة الإنتاج ورأس المال، بما يحقق الرفاهية، ويحسن أداء المؤسسة المالية.
- **البعد الاجتماعي:** يرتكز هذا البعد على العدالة الاجتماعية عن طريق الإسهام في بناء مجتمع عادل متكافف يتميز بالمساواة في الحقوق، والفرص الاقتصادية، والصحة، والتعليم، والتدريب، والثقافة، وتوفير فرص عمل جديدة، والقضاء على الفقر والبطالة.
- **البعد البيئي:** يتمثل هذا البعد في مختلف القطاعات التنموية والاقتصادية الساعية إلى تحقيق أمن الموارد الطبيعية، واستخدامها استخداماً غير جائز، والاستغلال الأمثل لها، والاستثمار فيها، بما يكفل حقوق الأجيال القادمة فيها، ويعمل على تنوع مصادر الإنتاج والأنشطة الاقتصادية، إلى جانب توفير بيئة نظيفة صحية آمنة.

وهذه الأبعاد تقودنا إلى ما يسمى الاقتصاد الأخضر (green economy)؛ وهو الاقتصاد الذي يوفر للإنسان الرفاهية والعدالة الاجتماعية، والذي يحد كثيراً من المخاطر، وضعف الموارد البيئية؛ فهو يعد مفكراً للتنمية المستدامة، ناهيك عن توفيره فرص عمل محترمة.

١- عَرِفْ مَا يَأْتِي:

الاستدامة: هي نظرية الشركات الإيجابية إلى البيئة والمجتمع المحيطين بها، وحرصها على التخفيف من أي آثار سلبية ناجمة عن عملياتها؛ وذلك بتبني المبادرات التي تراعي أهم ثلاثة مقومات للتنمية: المجتمع، والبيئة، والاقتصاد.

الاقتصاد الأخضر: هو الاقتصاد الذي يوفر للإنسان الرفاهية والعدالة الاجتماعية، والذي يحدُّ كثيراً من المخاطر، وضعف الموارد البيئية؛ فهو يعد مفكراً للتنمية المستدامة، ناهيك عن توفيره فرص عمل محترمة.

٢- وَضُّحْ أبعاد استدامة الفكرة الريادية الآتية، مع ذكر مثال على كل بُعْد منها:

ترتکز الاستدامة على ثلاثة أبعاد رئيسة لا يستقيم الحال إلا بمراعاة متغيراتها، وهي:

- **البعد الاقتصادي:** يتمثل هذا البُعد في زيادة الإنتاج ورأس المال، بما يحقق الرفاهية، ويحسن أداء المؤسسة المالية.

- **البعد المجتمعي:** يرتکز هذا البُعد على العدالة الاجتماعية عن طريق الإسهام في بناء مجتمع عادل متكافف يتميز بالمساواة في الحقوق، والفرص الاقتصادية، والصحة، والتعليم، والتدريب، والثقافة، وتوفير فرص عمل جديدة، والقضاء على الفقر والبطالة.

- **البعد البيئي:** يتمثل هذا البُعد في مختلف القطاعات التنموية والاقتصادية الساعية إلى تحقيق أمن الموارد الطبيعية، واستخدامها استخداماً غير جائز، والاستغلال الأمثل لها، والاستثمار فيها، بما يكفل حقوق الأجيال القادمة فيها، ويعمل على تنويع مصادر الإنتاج والأنشطة الاقتصادية، إلى جانب توفير بيئة نظيفة صحية آمنة.

ظهرت الأبعاد الثلاثة للاستدامة في دراسة الحالة الأولى (السيارة الكهربائية) على النحو الآتي:

• **البعد الاقتصادي:** تمثل في ارتفاع نسب البيع، ورفع سقف الإنتاج، وزيادة الطلب.

• **البعد المجتمعي:** تمثل في صنع السيارة بمواصفات تراعي مستويات الدخل المتعددة، وتتيح لأغلب أفراد المجتمع فرصة شرائها؛ نظراً إلى سعرها الذي يناسب الجميع، وعدم حاجتها إلى الوقود (البترول)، ولا سيما في ظل تكلفة العالية.

• **البعد البيئي:** تمثل في محافظة السيارة على البيئة، وعدم نفثها الدخان، وهو ما جعلها صديقة للبيئة.

١) أداة التقويم الخاصة بالعمل على أنشطة الدرس:

استراتيجية التقويم: الملاحظة.

أداة التقويم: سلم تقيير عددي.

الرقم	الأداء	ممتاز	جيد جداً	جيد	مقبول
١	يُعمل بفاعلية ضمن المجموعة.				
٢	يشارك في وضع الأفكار.				
٣	يلتزم بالوقت المحدد لتنفيذ النشاط.				
٤	يربط ما يتعلمه بمعرفته السابقة.				
٥	يساعد زملاءه في الفريق على تحقيق النتائج المطلوب.				
٦	يُظهر اتجاهات إيجابية نحو العمل الجماعي.				
٧	يتواصل مع الآخرين بإيجابية.				

٢) أداة التقويم الخاصة بنتائج التعلم الخاصة بالدرس:

استراتيجية التقويم: التقويم المعتمد على الأداء.

أداة التقويم: قائمة شطب.

الرقم	الأداء	نعم	لا
١	يُعرّف مفهوم الاستدامة.		
٢	يُعرّف مفهوم الاقتصاد الأخضر.		
٣	يُميّز الأبعاد الثلاثة للاستدامة.		
٤	يستنتج أهمية أبعاد استدامة الفكرة الرياضية.		

الدرس الخامس فريقي

0

نَتَاجَاتُ التَّعْلِمِ الْخَاصَّةُ بِالدُّرْسِ :

يُتَوَقَّعُ مِنَ الطَّالِبِ بَعْدِ اِنْتِهَاَ هَذَا الدُّرْسِ أَنْ يَكُونَ قَادِرًاً عَلَىَ :

- تَعْرِفُ مَفْهُومَ الْفَرِيقِ.
- اسْتَنْتَاجُ مَهَامَّ أَعْصَاءِ الْفَرِيقِ.
- تَحْدِيدُ مَراحلِ بَنَاءِ الْفَرِيقِ.

المَفَاهِيمُ وَالْمَصْطَلِحَاتُ :



- فَرِيقُ الْعَمَلِ.
- بَنَاءُ الْفَرِيقِ.

أَسَالِيبُ التَّدْرِيسِ :

- الْعَمَلُ الْجَمَاعِيُّ.
- التَّدْرِيسُ الْمُبَاشِرُ.
- لقاءُ الْخُبَرَاءِ (جيكسو).

لَا يُمْكِنُ لِلإِنْسَانِ أَنْ يَحْيِي وَحْدَهُ عَلَىَ هَذِهِ الْأَرْضِ مِنْ دُونِ مَسَاعِدِ الْآخَرِينَ؛ فَالْيَدُ الْوَاحِدَةُ لَا تُصْفِقُ أَبَدًا. وَقَدْ فَطَرَ اللَّهُ تَعَالَى الإِنْسَانَ عَلَى حُبِّ الْعَمَلِ وَالْتَّعَاوِنِ، وَالسعيِّ مَعَ أَخِيهِ الإِنْسَانِ إِلَىِ اسْتِثْمَارِ خِيرَاتِ الْأَرْضِ، وَتَطْوِيعِهَا لِخَدْمَةِ الْبَشَرِيَّةِ، وَلَا سِيَّماً أَنَّ كُلَّ إِنْسَانٍ يَخْتَلِفُ عَنْ غَيْرِهِ فِي صَفَاتِهِ وَقَدْرَاتِهِ وَإِمْكَانَاتِهِ؛ مَا يَعْنِي تَسْخِيرُ النَّاسِ بَعْضَهُمْ بَعْضًا لِتَسْتَمِرَّ عَجْلَةُ الْحَيَاةِ فِي الدُّورَانِ.



الفريقُ.

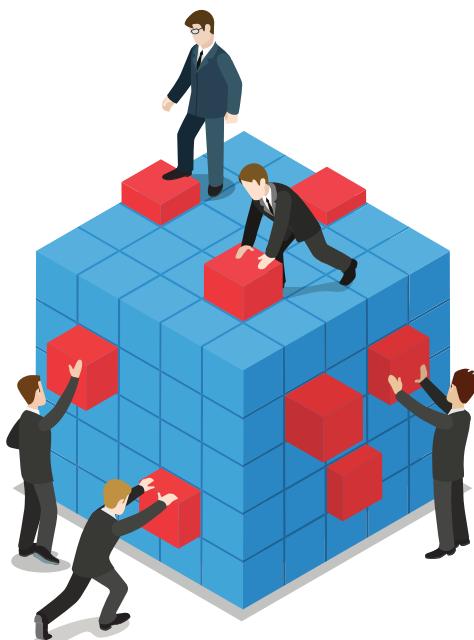
النشاطُ
(١)

يهدف هذا النشاط إلى تعرُّف مفهوم الفريقِ.

الهدفُ:



التعليماتُ:



- وزُع الطلبة إلى مجموعاتٍ.

- اطلب إلى أفراد كل مجموعة الإجابة عن الأسئلة الآتية:

١. هل تحب العمل ضمن فريق؟ لماذا؟

نعم، أحب العمل ضمن فريق؛ لأن ذلك يؤدي إلى إنجازه بإتقانٍ في مدة قصيرة.

٢. ماذا تعرف عن فريق العمل؟
تعدد إجابات الطلبة، وتحتطف.

٣. متى يلزم العمل في فريق؟ لماذا؟
يلزم العمل في فريق عندما يكون حجم العمل كبيراً؛ ما يؤدي إلى إتمامه بإتقان وسرعة.

٤. ما أهمية العمل مع الفريق؟
تمثل أهمية العمل مع الفريق في قدرة أعضائه على تحقيق أهدافهم، وتوفير الوقت والجهد.

٥. برأيك، هل يكون اختيار أعضاء الفريق مُخططاً له أم عشوائياً؟ لماذا؟

يكون اختيار أعضاء الفريق مُخططاً له لكي تتواءم المهام على الأعضاء بما يناسب مهارات كل منهم وقدراته.

٦. ما الأسماء التي تُطلق على أعضاء الفريق؟

الأسماء التي تُطلق على أعضاء الفريق هي: القائد (المُيسِّر)، والمنسق، والباحث عن المصادر، والمبتكر، والمدون (المسجل)، والمُؤقت والمُحَفِّز.

٧. ما مهمة كل عضو من أعضاء الفريق الواحد؟
مهمة كل عضو من أعضاء الفريق الواحد يُبيّنها الجدول الآتي:

العضو	المهمة
القائد المُيسِّر	تقريب وجهات نظر الأعضاء، وحل النزاعات بينهم، وترؤس جلسات النقاشِ البناءِ وإدارتها، وتذكير الأعضاء بالهدف المنشود.
المنسق	ترتيب الاجتماعات، ووضع جدول الأعمال، والتحقق من الالتزام به، واحترام حق كل عضو في التعبير عن رأيه، ومتابعة نتائج الاجتماعات.
الباحث عن المصادر	تزويد أعضاء الفريق بالمعلومات والحقائق الموثوقة بها الازمة لاتخاذ القرارات، وإنجاز العمل.
المبتكر	توليد الأفكار والمقترنات الجديدة للمشكلات التي تواجه أعضاء الفريق، وإيجاد بدائل وطرائق لأداء العمل بصورة أفضل.
المدون المسجل	تدوين قرارات الفريق والنتائج المستخلصة، والذكير بها، وضبط مسار الفريق وتوجيهه نحو الهدف المنشود، والتحقق من عدم انحرافه.
المُؤقت والمُحَفِّز	متابعة تنفيذ المهام ضمن الوقت المحدد، وتوفير مناخ إيجابي داخل الفريق، وتعزيز المقترنات، والثناء على الأعضاء، ورفع الروح المعنوية للفريق، وإثارة الحماس بين الأعضاء حتى في حال وجود معوقات.

- اطلب إلى أفراد كل مجموعة استنتاج تعريف لمفهوم فريق العمل.
- اطلب إلى أفراد كل مجموعة استنتاج تعريف لمفهوم عملية بناء الفريق.
- أطلع المجموعات الأخرى على ما توصلت إليه مجموعة من إجابات ونتائج.
- ناقش الطلبة في ما توصلوا إليه.
- وضح للطلبة ما يأتي:

- فريق العمل: هو مجموعة أفراد لهم هدف مشترك يملكون معًا على تحقيقه بما لديهم من مهارات وخبرات متنوعة.
- بناء الفريق: هو عملية مخططة تهدف إلى إنشاء جماعة متعاونة ملتزمة قادرة على أداء مهام معينة، وتحقيق أهداف محددة بتنفيذ جملة من الأنشطة التفاعلية.
- العمل الجماعي يحقق الأهداف، ويختصر المسافات، ويوفر الوقت والجهد.
- أعضاء الفريق: يتالف الفريق من: قائد، ومساعد، وباحث عن المصادر، ومتذكر، ومدون، ومؤقت محفز. أما مهمة كل عضو فيوضّحها الجدول الآتي:

العضو	المهمة
القائد الميسر	تقريب وجهات نظر الأعضاء، وحل النزاعات بينهم، وترؤس جلسات النقاش، البناء وإدارتها، وتذكير الأعضاء بالهدف المنشود.
المساعد	ترتيب الاجتماعات، ووضع جدول الأعمال، والتحقق من الالتزام به، واحترام حق كل عضو في التعبير عن رأيه، ومتابعة نتائج الاجتماعات.
الباحث عن المصادر	تزويد أعضاء الفريق بالمعلومات والحقائق الموثوقة بها اللازمة لاتخاذ القرارات، وإنجاز العمل.
المبتكر	توليد الأفكار والمقترحات الجديدة للمشكلات التي تواجه أعضاء الفريق، وإيجاد بدائل وطرائق لأداء العمل بصورة أفضل.
المدون المسجل	تدوين قرارات الفريق والنتائج المستخلصة، والتذكير بها، وضبط مسار الفريق وتوجيهه نحو الهدف المنشود، والتحقق من عدم انحرافه.
المؤقت والمحفز	متابعة تنفيذ المهام ضمن الوقت المحدد، وتوفير مناخ إيجابي داخل الفريق، وتعزيز المقترحات، والشأن على الأعضاء، ورفع الروح المعنوية للفريق، وإثارة الحماس بين الأعضاء حتى في حال وجود معوقات.

النشاط (٢) مراحل بناء الفريق.

الهدف:

يهدف هذا النشاط إلى تعرُّف مراحل بناء الفريق.

التعليمات:

- وزع الطلبة إلى مجموعات خماسية.
- سُمِّيَّ المجموعات بالمجموعات الأُمّ.
- وزع على الطلبة في المجموعات الأُمّ بطاقات الأرقام (١-٥).
- وُجِّهَ الطلبة الذين يحملون الرقم نفسه من كُلَّ مجموعة إلى تكوين مجموعة فرعية، بحيث تُسَمِّي هذه المجموعات الفرعية المجموعات الخبرة، وفيها يُمْثِلُ الطلبة الذين يحملون الرقم (١) المجموعة الأولى، والطلبة الذين يحملون الرقم (٢) المجموعة الثانية، والطلبة الذين يحملون الرقم (٣) المجموعة الثالثة، والطلبة الذين يحملون الرقم (٤) المجموعة الرابعة، والطلبة الذين يحملون الرقم (٥) المجموعة الخامسة.
- وزع على المجموعات بطاقات الخبراء كالتالي:
 - المجموعة الأولى: بطاقةُ الخبر (١): مرحلةُ التكوين.
 - المجموعة الثانية: بطاقةُ الخبر (٢): مرحلةُ الصراع.
 - المجموعة الثالثة: بطاقةُ الخبر (٣): مرحلةُ وضع القواعد.
 - المجموعة الرابعة: بطاقةُ الخبر (٤): مرحلةُ الأداء.
 - المجموعة الخامسة: بطاقةُ الخبر (٥): مرحلةُ الإنماء.
- اطلب إلى كُلَّ مجموعة الاطلاع على بطاقةُ الخبر الخاصة بها.
- أخبر الطلبة أنهم سيعملون في مجموعاتهم الخبرة مدةً (١٠) دقائق.
- تجول بين المجموعات الخبرة مُساعِداً، ومُرشدًا، ومُوجِّهاً.

أيها الخبراء، عليكم دراسة الموضوع الآتي، ومناقشة تفاصيله، لنقل خبرتكم إلى مجموعاتكم الأئم؛ لذا احرصوا على استثمار الوقت المخصص للنشاط في تحليل المعلومات التي بين أيديكم، والإفاداة منها جيداً.

مرحلة التكوين

هي أولى خطوات التحول من الفردية إلى الجماعية، بحيث يصير الفرد الوحد المستقل عضواً فاعلاً مشاركاً. يسود هذه المرحلة خليط من شعور الفرد بالفرح لعضويته في الجماعة، والتفاؤل بقدراته على النجاح، وتوقع النتائج الممكنة، والفخر لاختياره، والقلق والخوف من الفشل، والشك في المهمة وفي أعضاء الفريق، والانجداب نحوهم، والتعامل رسميًا معهم، ومحاولة فهم المهمة المطلوبة، وتعرف طرائق الإنجاز، والبحث عن مصادر للمعلومات، ومحاولة تعرف المشكلات المحتملة، وسبل مواجهتها.

بطاقة الخبر (١) : مرحلة التكوين.

أيها الخبراء، عليكم دراسة الموضوع الآتي، ومناقشة تفاصيله، لنقل خبرتكم إلى مجموعاتكم الأئم؛ لذا احرصوا على استثمار الوقت المخصص للنشاط في تحليل المعلومات التي بين أيديكم، والإفاداة منها جيداً.

مرحلة الصراع

هي أصعب المراحل في عملية إنشاء الفريق؛ إذ يبحث فيها كل عضو عن مكانه، وتبدو الأهداف معقدة أو يستحيل تحقيقها، وقد ينفد صبر أعضاء الفريق، فيجادلون، ويغادرون، ويدب النزاع بينهم، وقد يترك بعضهم الفريق.

بطاقة الخبر (٢) : مرحلة الصراع.

أيها الخبراء، عليكم دراسة الموضوع الآتي، ومناقشة تفاصيله، لنقل خبرتكم إلى مجموعاتكم الأُمّ؛ لذا احرصوا على استثمار الوقت المُخصَّص للنشاط في تحليل المعلومات التي بين أيديكم، والإفادة منها جيداً.

مرحلة وضع القواعد

يبداً في هذه المرحلة تقبُل الأعضاء بعضهم بعضاً، وقبولهم المهام المنوطة بهم. وهي تمتاز بانخفاض حدة النزاع، وببدء التعاون الفعلي، والاتفاق بين أعضاء الفريق على تحقيق الهدف المشترك، بحيث توضع القواعد للعلاقات والمعاملات بينهم، ليصبح الهدف هو الرباط أو العقد غير المكتوب الذي يجمعهم. أمّا سلوكهم في هذه المرحلة فهو العمل على تسوية الخلافات، وتبادل المعلومات، والتحلي بالصراحة، والتغيير عن المشاعر، وتكوين العلاقات الاجتماعية والشخصية.

بطاقةُ الخبرِ (٣) : مرحلةُ وضعِ القواعدِ.

أيها الخبراء، عليكم دراسة الموضوع الآتي، ومناقشة تفاصيله، لنقل خبرتكم إلى مجموعاتكم الأُمّ؛ لذا احرصوا على استثمار الوقت المُخصَّص للنشاط في تحليل المعلومات التي بين أيديكم، والإفادة منها جيداً.

مرحلة الأداء

يبداً الأعضاء في هذه المرحلة أداء المهام المنوطة بهم، بعد ما يتعرّف كل منهم مهمته ومهام الآخرين، ويعي جيداً أوجه القوّة والضعف لديه ولدى الآخرين. يلي ذلك تفكير أعضاء الفريق في طرائق الإنجاز وزيادة الفاعلية، في حين يعمل القائد موجهاً ومدرباً وناصحاً، ويساعد الأعضاء على تقييم أدائهم.

عندئذ يسود شعور بالرضا، فتبداً خطوات التقدُّم ونتائجُه تَظَهُرُ للعيان، ويسود أيضاً شعور بالثقة بالآخرين؛ إذ تكون الأمور قد استقرّت، وتتعرّف الأعضاء إلى بعضهم بعضاً، فتزيد قدرتهم على التنبؤ بالمشكلات، والرغبة في تجنبها أو علاجها، وتحمل المخاطرة في سبيل تحقيق الهدف.

بطاقةُ الخبرِ (٤) : مرحلةُ الأداءِ.

أيها الخبراء، عليكم دراسة الموضوع الآتي، ومناقشة تفاصيله، لنقل خبرتكم إلى مجموعاتكم الأُمّ؛ لذا احرصوا على استثمار الوقت المُخصص للنشاط في تحليل المعلومات التي بين أيديكم، والإفادة منها جيداً.

مرحلة الإنتهاء

ينتهي أعضاء الفريق في هذه المرحلة من أداء المهام المنوطة بهم، بغض النظر عن النتائج؛ فقد ينجحون في تحقيق الأهداف المرسومة أو يفشلون، لذا يجب على القائد أن يدرس مع الأعضاء العوامل التي أدّت إلى النجاح أو الفشل، ويستخلص الدروس المستفادة، ويتعرّف كيفية عرض النتائج عليهم، والتقييم الكلي للأداء.

يكون شعور الأعضاء في حالة النجاح هو الفخر والبهجة والمرح والاعتزاز، وأحياناً الحزن لحل الفريق. أما في حالة الفشل فيسود شعور بالإحباط والغضب والعجز، وربما الحزن لانتهاء العمل مع الفريق.

بطاقة الخبير (٥) : مرحلة الإنتهاء.

- بعد انتهاء الوقت، اطلب إلى الطلبة العودة إلى مجموعاتهم الأُمّ.
- وضح للطلبة ما يأتي:
- ينقل كل خبير الخبرة التي اكتسبها - في أثناء عمله خبيراً ضمن المجموعات الخبريرة - إلى زملائه في المجموعة الأُمّ.
- يُناقش أعضاء مجموعته في المعلومات التي توصل إليها.
- يجيب عن الاستفسارات والتساؤلات التي يطرحها زملاؤه في المجموعة الأُمّ.
- امنح كل خبير (٣) دقائق لنقل خبرته إلى أعضاء المجموعة، وتوضيح اللازم لهم، بدءاً بخبراء المجموعة الأولى الذين أُسندت إليهم مهمة مناقشة بطاقة الخبير (١)، ثم خبراء المجموعة الثانية الذين أُسندت إليهم مهمة مناقشة بطاقة الخبير (٢)، وهكذا حتى يُكمل باقي الخبراء نقل خبراتهم، وتکتمل الموضوعات داخل المجموعات الأُمّ.
- تجول بين المجموعات الأُمّ، ملاحظاً أداء الخبير داخل مجموعته.
- نبه الطلبة الخبراء للتوقف عن الحديث عند انتهاء الوقت المُخصص لهم.

أسئلة الدرس

١- وضُح المقصود بكلِّ ممَّ يأتي:

فريق العمل: هو مجموعة أفراد لهم هدف مشترك، يعملون معًا على تحقيقه بما لديهم من مهارات وخبرات متنوعة.

عملية بناء الفريق: هي عملية مُخططة تهدف إلى إنشاء جماعة متعاونة ملتزمة قادرة على أداء مهام مُعينة، وتحقيق أهداف محددة بتنفيذ جملة من الأنشطة التفاعلية.

٢- علُّ ما يأتي:

تُعد مرحلة الصراع أكثر المراحل صعوبة في بناء الفريق.

عد مرحلة الصراع أكثر المراحل صعوبة في بناء الفريق؛ لأن كلًّ عضو فيها يبحث عن مكانه، فتبذل الأهداف معقدة أو يستحيل تحقيقها، وقد ينفد صبر أعضاء الفريق، فيجادلون، ويتعارضون، ويدب النزاع بينهم، وقد يترك بعضهم الفريق الذي قد ينحسر، ولا يحقق أي إنجازات. ويسود هذه المرحلة شعور بتضارب وجهات النظر، والمقاومة، والرفض، والحيرة، وعدم القدرة على التفكير السليم.

٣- يتكون الفريق من خمس، اذكرهم.

أ- القائد (المُيسِّر).

ب- المنسق.

ج- الباحث عن المصادر.

د- المبتكر.

هـ- المدون (المسجل).

و- المؤقت والمحفز

١) أداة التقويم الخاصة بالعمل على أنشطة الدرس:

استراتيجية التقويم: الملاحظة.

أداة التقويم: سلم تدیر عددي.

الرقم	الأداء	ممتاز	جيد جداً	جيد	مقبول
١	يربط ما يتعلم به معرفته السابقة.				
٢	يطرح أفكاراً إبداعية.				
٣	يُعبر عن آرائه بحرية.				
٤	يحترم وجهة نظر الآخرين.				
٥	يساعد زملاءه في الفريق على تحقيق النتائج المطلوب.				
٦	يُظهر اتجاهات إيجابية نحو العمل الجماعي.				
٧	يتواصل مع الآخرين بإيجابية.				

٢) أداة التقويم الخاصة بنتائج التعلم الخاصة بالدرس:

استراتيجية التقويم: الملاحظة.

أداة التقويم: سلم تدیر عددي.

الرقم	الأداء	ممتاز	جيد جداً	جيد	مقبول
١	يتعرّفُ مفهوم فريق العمل.				
٢	يتعرّفُ مفهوم بناء الفريق.				
٣	يحدد أهم أعضاء الفريق الواحد.				
٤	يتعرّفُ مراحل إنشاء فريق العمل.				
٥	يستنتج أهمية العمل ضمن فريق.				

١- ضع إشارة (✓) إزاء العبارة الصحيحة، وإشارة (✗) إزاء العبارة الخطأ في ما يأتي :

- تمكين الطلبة والشباب، وبناء قدراتهم الريادية والقيادية، وتزويدُهم بالمعرفة والمهارات والأدوات اللازمة؛ سيساعدُهم - لا محالة - على الخروج بأفكار مبتكرة تعالج تحديات اجتماعية مختلفة، أو تسد حاجة تعددَ تلبيتها في المجتمع. (✓)
- يرتبط مصطلح الريادة اليوم بخصائص القيادة والمبادرة والابتكار. (✓)
- لا تُعد القيادة مهمة ضرورية لإنجاز أي عمل من خطواته الأولى. (✗)
- استطاع والت ديزني الولوج في عالم الشخصيات الكرتونية والأفلام، وكان نجاحه عادياً. (✗)
- الإبداع والابتكار هما من الأدوات الأساسية لتطوير الأعمال والمؤسسات. (✓)
- من التوجيهات التي تُسهم في رفع مستوى المهارات القيادية: التعامل مع القياديين، والإفادة من خبراتهم. (✓)

٢- ما الصفات التي تُميّز القائد من أعضاء الفريق؟

- أ- الصفات الذاتية (الفطرية) : هي الصفات التي تُبرّز القائد مُفكراً، ومُخططاً، ومُبديعاً، وقدراً على استشراف المستقبل.
- ب- الصفات الإنسانية (الاجتماعية) : هي الصفات التي تُبرّز القائد متصلًا محفزاً.
- ج- الصفات الفنية (التخصصية) : هي الصفات التي تُبرّز القائد قادرًا على حل المشكلات، واتخاذ القرارات.

٣- اذكر أهم النصائح التي تساعد على اغتنام الفرص.

- سارع إلى اغتنام الفرص، ولا تجلس مُنتظراً إياها؛ فقد يطول انتظارك من دون تحقيق مبتغاك.
- لا تُهمل الفرصة انتظاراً لغيرها، أو ترددًا في أهميتها؛ فقد تكون هي آخر الفرص أو أفضلاها.
- اغتنم وقت الفرصة؛ لأنَّ زمانها محدود، ووقتها غير ممدوٍ، ولكن تَحل بالحكمة؛ فلا تستعجل

التصرف قبل أوانها، ولا تتوان عن اغتنامها.

٤- يوجد العديد من المعايير التي تساعد على تقييم الفكرة الرياضية، اذكر ثلاثة منها.

- مستوى الإبداع والتجدد في الفكرة.
- مدى وضوح الفكرة والأهداف.
- مدى قابلية الفكرة للتنفيذ.

٥- وضح مهام القائد (الميسر) ضمن الفريق.

مهام القائد (الميسر) ضمن الفريق هي: تقريب وجهات نظر الأعضاء، وحل النزاعات بينهم، وترؤس جلسات النقاش البناء وإدارتها، وتذكير الأعضاء بالهدف المنشود.

٦- تمر عملية بناء الفريق بخمس مراحل، تحدث عن اثننتين منها.

- مرحلة التكوين: هي أولى خطوات التحول من الفردية إلى الجماعية، بحيث يصير الفرد الوحدة المستقلة عضواً فاعلاً مشاركاً. يسود هذه المرحلة خليط من شعور الفرد بالفرح لعضويته في الجماعة، والتفاؤل بقدرته على النجاح، وتوقع النتائج الممكنة، والفخر لاختياره، والقلق والخوف من الفشل، والشك في المهمة وفي أعضاء الفريق، والانجداب نحوهم، والتعامل رسميًا معهم، ومحاولة فهم المهمة المطلوبة، وتعريف طرائق الإنجاز، والبحث عن مصادر للمعلومات، ومحاولة تعرف المشكلات المحتملة، وسبل مواجهتها.

- مرحلة وضع القواعد: يبدأ في هذه المرحلة قبل الأعضاء بعضهم بعضاً، وقبولهم المهام المنوطة بهم. وهي تمتاز بانخفاض حدة النزاع، وبدء التعاون الفعلي، والاتفاق بين أعضاء الفريق على تحقيق الهدف المشترك، بحيث توضع القواعد للعلاقات والمعاملات بينهم، ليصبح الهدف هو الرباط أو العقد غير المكتوب الذي يجمعهم. أما سلوكهم في هذه المرحلة فهو العمل على تسوية الخلافات، وتبادل المعلومات، والتحلي بالصراحة، والتعبير عن المشاعر، وتكوين العلاقات الاجتماعية والشخصية.

ملحوظة للمعلم: نبه الطلبة على أن الوحدة التالية تعرض موضوع التجارة الإلكترونية، وأنها تتضمن تنظيم مناظرة بين طرفين: الأول يؤيد التجارة الإلكترونية مبيناً فوائدها ومزاياها، والثاني يؤيد التجارة التقليدية مبيناً فوائدها ومزاياها؛ لذا يتبع تنبيه الطلبة لضرورة الإعداد المسبق لهذه المناظرة.

٤

الوحدة الرابعة

التجارة الإلكترونية



- هل جربت يوماً شراء شيء ما إلكترونياً؟
- هل سمعت بمفهوم التجارة الإلكترونية؟
- هل لديك رغبة في التعامل التجاري إلكترونياً؟

تُعد شبكة الإنترنٌت التي غَزِّت العالمَ على نحو غير مسبوق أحد أهُم اختراعات هذا العصر؛ إذ استطاعت الربط بين دول العالم حتى بدا أشبه بقرية صغيرة، وأصبحنا نعيش في عالم لا تفصل بين أنحائه أي حدود جغرافية، فكان لزاماً علينا استيعابها بصورة سريعة فاعلة؛ للإفاده منها على النحو الأمثل. وقد تبع ذلك ظهورُ الكثير من التقنيات الحاسوبية، وطرائق التعامل متعددة الأشكال والأغراض، إضافة إلى ابتكار أدوات وتطبيقات جديدة تسهل عمليات التواصل الاجتماعي، وتبادل المعلومات، والافتتاح على العالم في مختلف مجالات الحياة. وتُعد آلية التجارة الإلكترونية إحدى الطرائق الحديثة التي أفرزتها شبكة الإنترنٌت.

والاليوم نجد أن مفهوم التجارة الإلكترونية قد صار متداولاً بصورة كبيرة في سوق العمل، وأصبح لزاماً على رجال الأعمال وأصحاب الشركات والمؤسسات اتباع سياسات هذه التجارة وتطبيقاتها، وهو ما جنّبهم مشقة السفر للقاء شركائهم وعملائهم، وغدو قادرين على توفير الوقت والمالي بترويج بضائعهم وعرضها في الأسواق الإلكترونية. أمّا الزبائن فهم غير ملزمين بالتنقل كثيراً لشراء ما يريدون، أو الوقوف في طابور طويل، أو حتى استخدام النقود التقليدية؛ إذ يكفيهم اقتناء جهاز حاسوب، واستخدام متصفح للإنترنٌت، وعمل اشتراك للاتصال بشبكة الإنترنٌت.

يُتوقع من الطالب بعد دراسة هذه الوحدة أن يكون قادرًا على:

- تعريف مفهوم التجارة الإلكترونية.
- تحديد مُعوّقات التجارة الإلكترونية.
- تقدير أهمية التجارة الإلكترونية.
- تمييز أنواع التجارة الإلكترونية.
- استنتاج أهمية الإدارة في التجارة الإلكترونية.
- تعرُّف البنية التحتية للتجارة الإلكترونية.
- تحديد متطلبات إنشاء موقع للتجارة الإلكترونية.
- تعرُّف الجرائم الإلكترونية.
- تعرُّف مفهوم التسويق الإلكتروني.
- تطبيق عملية التسويق الإلكتروني.
- تحديد مكونات الدفع الإلكتروني.
- تمييز أنظمة الدفع الإلكتروني.

الدرس الأول

نشأة التجارة الإلكترونية

١

نَتْجَاتُ التَّعْلِمِ الْخَاصَّةُ بِالدُّرْسِ :

يُتَوَقَّعُ مِنَ الطَّالِبِ بَعْدِ اِنْتِهَاءِ هَذَا الدُّرْسِ أَنْ يَكُونَ قَادِرًا عَلَى:

- تعریف مفهوم التجارة الإلكترونية.
- استنتاج أهمية التجارة الإلكترونية.
- تحديد معوقات التجارة الإلكترونية.



المفاهيم والمصطلحات:

- التجارة الإلكترونية.
- الأعمال الإلكترونية.

أساليب التدريس:

- العمل الجماعي.
- دراسة حالة.
- العصف الذهني.

- المعاشرة (توزيع الطلبة إلى ثلاث فرق: الأولى تؤيد وجهة النظر الداعمة للتجارة الإلكترونية، والثانية تؤيد وجهة النظر الداعمة للتجارة التقليدية، والثالثة تتابع أداء المجموعتين: الأولى والثانية، وتستمع إلى ما تعرضا له من براهين وأدلة تعزز وجهة النظر لكل منها، وتدون الملاحظات، ثم ترصد النتائج النهائية لأداء المجموعتين، وتعلن المجموعة الفائزة).

نظراً إلى التطورات الهائلة في عالم التكنولوجيا والاتصالات؛ فقد شهد العالم في الآونة الأخيرة اهتماماً متزايدًا بالتجارة الإلكترونية (Electronic Commerce)، حيث استخدمت شبكة الإنترنت وسيطاً لاستكمال أعمال التجارة بشكلها الحديث المعاصر، وأصبحت التجارة الإلكترونية واقعاً ملماً في ظل البيئة الحالية.

فما المقصود بالتجارة الإلكترونية؟ ما أهميتها؟ ما فوائدها للأفراد والشركات والمجتمعات؟ ستعرف إجابات هذه الأسئلة وغيرها بعد تنفيذ أنشطة هذا الدرس.



التجارة الإلكترونية.

النشاط
(١)

يهدف هذا النشاط إلى تعرُّف مفهوم التجارة الإلكترونية.

الهدف

التعليمات:

- وجّه الطلبة إلى دراسة الموقف الآتي

«ذهبَ سارَةُ في زيارةٍ إلى صديقتها لبني، وما إن وصلَت المنزل حتى أبدَتْ لبني إعجابَها بالمعطف الذي ترتديه صديقتها، فسألَتها: منْ أينَ اشتريَته؟ فأجابتَ سارَةُ: لقد اشتريَته منْ مدينةِ دُبَي، وذلك عنْ طريقِ الواقعِ الخاصَّ بالتجارة الإلكترونية في شبكةِ الإنترنِت. عندئذ سأَلَتْ لبني: وكيفَ ذلك؟ أجابتَ سارَةُ قائلَةً: أحْرَضَ على تصفُّحِ الواقعِ الإلكترونيِّ باستمرارٍ، وأقارِنَ بينَ الملابسِ المعروضة. وبعدَما أَقْرَرَ ما أَرِيدُ شراؤهُ أتوَاصِلُ معَ القائمينَ على إدارةِ موقعِ الملابسِ بوساطةِ شبكةِ الإنترنِت، وانتَقِعَ معَهُمْ على السعرِ، وطريقةِ الدفعِ، وموعدِ التسليمِ. راقَتِ الفكرةُ لبني فقالَتْ مُستفِسِرَةً: وما التجارة الإلكترونية؟ كيفَ يمكنني التعاملُ معَها؟».

سُنُساعدُ لبني على تعرُّفِ مفهومِ التجارة الإلكترونية، وذلك بتنفيذِ النشاطِ على النحوِ الآتي:

- وزِّعْ الطلبة إلى مجموعاتٍ.

- اطلبُ إلى كلِّ مجموعةٍ صياغةً تعريفَ لمفهومِ التجارة الإلكترونية.

- اطلبُ إلى كلِّ مجموعةٍ عرضَ تعريفِها على المجموعاتِ الأخرى.

- وضُّحْ للطلبةِ مفهومَ التجارة الإلكترونية.

التجارة الإلكترونية (e-commerce): هي مجموعةٌ متكاملةٌ منْ عملياتِ البيعِ والشراءِ والتسويقِ للمنتجاتِ والخدماتِ عنْ طريقِ شبكةِ الإنترنِت.

- ناقش الطلبة في الأسئلة الآتية:
- ١- كيف بدأت التجارة الإلكترونية؟
- ٢- ما العمليات التي تتضمنها التجارة الإلكترونية؟
- ٣- برأيك، هل تشمل التجارة الإلكترونية على جميع الأعمال والأنشطة التي تتم عن طريق الإنترنت؟ لماذا؟

تطور التجارة الإلكترونية.

بدأ نشاط التجارة الإلكترونية بالتحويلات الإلكترونية للأموال بين المؤسسات التجارية الكبيرة، ثم امتد ليشمل تبادل البيانات الإلكتروني (EDI-Electronic Data Interchange)؛ ما أسهم في انتشار هذا النوع من التجارة، وتوسيع نطاقه بدلاً من الاقتصار على التحويلات المالية، ليشمل عمليات البيع والشراء للسلع والخدمات المتنوعة.

تعد التجارة الإلكترونية جزءاً من **الأعمال الإلكترونية** التي تتضمن تسيير الأعمال عن طريق شبكة الإنترنت، والتي لا تقتصر فقط على عمليات البيع والشراء كما هو الحال في التجارة الإلكترونية، وإنما تشمل خدمة الزبائن، والتعاون مع الشركاء، والعمل على إنجاز المعاملات الإلكترونية.



مناظرة.

النشاط
(٢)

يهدف هذا النشاط إلى استنتاج أهمية التجارة الإلكترونية وفوائدها.

الهدف:

التعليمات:

- وجّه الطلبة إلى دراسة الموقف الآتي:

« يقطن سامر ومراد في مدينة معان التي تقع جنوب الأردن، وقد فكرَا في شراء هدية لوالدهما بمناسبة عيد ميلاده، واتفقا على أن تكون الهدية ساعة يد. بعد نقاش مستفيض، اهتم سامر إلى فكرة شراء ساعة يدوية من أحد الواقع الإلكتروني في شبكة الإنترنت، فأخذ يبحث في هذه الواقع حتى وجد متجرًا في مدينة الزرقاء يعرض أنواعاً مختلفة من الساعات اليدوية ذات الجودة العالية بأسعار مناسبة، فأخبر مراداً عن ذلك، لكنه لم يحبذ فكرة الشراء من الإنترنت، واقتراح على سامر شراء ساعة من أحد المحال التجارية في مدينة معان ليتمكنا من تفحص الساعة قبل شرائها، ومفاوضة البائع على السعر. عندئذ أخبره سامر أن عملية الشراء عن طريق الإنترنت سهلة جدًا، وأنها توفر الكثير من الوقت والجهد، ولا سيما أن المتجر يتکفل بإيصال الساعة إليهما تبعًا للاتفاقية بين المشتري والبائع، ولكن مراداً ظل في حيرة من أمره ».

- لنُساعد كلاً من سامر ومراد على التوصل إلى قرار حاسم بخصوص شراء الساعة. بداية، سنعمل على بيان الأمور التي يرى سامر أنها تُعزز قراره في الشراء عن طريق الإنترنت، ثم نبين الأمور التي يعتقد مراد أنها تدعم قراره في الشراء التقليدي، وذلك بتنظيم مناظرة تتناول وجهات النظر المختلفة وفق التعليمات الآتية:

- وزع الطلبة إلى ثلاث مجموعات.
- أخبر الطلبة أنه لتعرف أهمية التجارة الإلكترونية وفوائدها، تعدد مناظر بسيطة تناقش فيها المجموعات الفروق بين التجارة الإلكترونية عبر الواقع الإلكتروني والتجارة التقليدية التي تتم بالطرائق التقليدية، وذلك على النحو الآتي:
 - المجموعة الأولى: مناقشة أهمية التجارة الإلكترونية وفوائدها، وذكر الأدلة والبراهين التي تعزز ذلك، والتي تدحض الحجج الداعمة للتجارة التقليدية من وجهة نظرها.
 - المجموعة الثانية: مناقشة أهمية التجارة التقليدية وفوائدها، وذكر الأدلة والبراهين التي تعزز ذلك، والتي تدحض الحجج الداعمة للتجارة الإلكترونية من وجهة نظرها.
 - المجموعة الثالثة: متابعة أداء المجموعتين: الأولى والثانية، والاستماع إلى ما تعرضا له من براهين وأدلة تعزز وجهة النظر لكل منها، وتدوين الملاحظات، ثم رصد النتائج النهائية لأداء المجموعتين، وإعلان المجموعة الفائزة.
- بعد انتهاء الوقت المخصص للنقاش، اطلب إلى كل مجموعة اختيار مناظر منها يمثل المجموعة.
- اطلب إلى مناظر المجموعة الأولى تقديم أدلة لها مناظر المجموعة الثانية.
- اطلب إلى مناظر المجموعة الثانية تقديم أدلة لها مناظر المجموعة الأولى.
- وضح لأفراد المجموعتين أنه يمكنهم تشجيع الطالب المناظر للمجموعة؛ وذلك بتدوين الملاحظات على قصاصات ورقية تمرر إلى المناظر بصمت في حال خطر ببال أحدكم فكرة جديدة تؤيد وجهة نظر المجموعة.
- شارك الطلبة في المعلومات التي توصلوا إليها.
- وضح للطلبة أهمية التجارة الإلكترونية وفوائدها:

أهمية التجارة الإلكترونية.



أسهمت التجارة الإلكترونية بفاعلية في العمل التجاري، بحيث أصبح ممكناً الربط بين الشركات والزبائن على نحو سريع وسهلٍ.

يمكن إجمال أهمية التجارة الإلكترونية في ما يأتي:

- ترويج المنتجات وإيصالها إلى أكبر شريحة ممكنة من العملاء والزبائن.
- الانفتاح على الأسواق العالمية.
- توفير الوقت والكلفة نتيجة استخدام الوسائل التكنولوجية والإلكترونية.

فوائد التجارة الإلكترونية للبائع.

فيما يأتي أبرز فوائد التجارة الإلكترونية للبائع:



١- التسويق الواسع، والأرباح الوفيرة: وذلك لأن تسويق المنتجات يستمر على مدار العام، ويصل إلى مختلف أنحاء العالم.

٢- تقليل التكاليف: وذلك لأن تكلفة إنشاء الواقع التجاري الإلكتروني وصيانتها قليلة.

٣- التواصل الفاعل مع الشركاء والعملاء: وذلك لأن انفتاح قنوات التواصل العالمي الإلكترونية وفر طريقة فاعلة لتبادل المعلومات مع الشركاء، والتواصل معهم بكل سهولة ويسراً.

فوائد التجارة الإلكترونية للمشتري.

للتجارة الإلكترونية مزايا عدّة يستفيد منها المشتري، وهذه أهمّها:



- ١- توفير الوقت والجهد: وذلك لأنّ الخدمة متوافرة على مدار الساعة، وأنّ شراء أحد المنتجات إلكترونياً لا يتطلّب سوى الضغط على اسم المنتج أو شكله، ثم تحديد طريقة الدفع المناسبة.
- ٢- حرية الاختيار: وذلك أنه يمكن الاطلاع على الأسواق الإلكترونية جميعها، والمقارنة بين المنتجات، و اختيار أفضلها.
- ٣- خفض الأسعار: السلع الإلكترونية منخفضة السعر مقارنة بسلع المتاجر التقليدية؛ وذلك أن التسوق عن طريق الإنترنت يوفر الكثير من التكاليف التي تتفق في حال التسوق التقليديّ، ما يعود بالنفع على الزبائن.
٤. نيل رضا المستخدم: توفر شبكة الإنترنت خدمات التواصل والتفاعل مع الزبائن، فتعتمد شركات السوق الإلكتروني (e-market) إلى الإفاده من هذه الخدمة في الإجابة عن استفسارات الزبائن على نحو سريع يلبي حاجاتهم، ويُوفّر لهم المنتجات المطلوبة بصورةٍ تناول رضاهem.

فوائد التجارة الإلكترونية للمجتمع.

لا شك في أنّ التجارة الإلكترونية تعود بالنفع على المجتمع أيضًا. وفي ما يأتي أبرز فوائدها في هذا المجال:

١. التقليل من الازدحام والضوضاء: وذلك أنه أصبح بمقدور الأفراد الاطلاع على المنتجات وهم في بيوتهم من دون حاجة إلى التنقل والسفر؛ ما خفّ من الازدحامات المرورية والضوضاء، وحدّ من التلوث.
٢. تحسين مستوى المعيشة: وذلك بتوفير المنتجات بأقل الأسعار والتكاليف.

مُعوّقات التجارة الإلكترونية.

بالرغم من الفوائد العديدة للتجارة الإلكترونية، فإنها تواجه معوقات عدّة تحول دون انتشارها على نطاقٍ واسعٍ. وفيما يأتي أبرز هذه المعوقات:

- ١- ضعف إمكانات الأفراد المادية، وفرض رسوم على الاتصال بشبكة الإنترنت، فضلاً عن عدم قدرة بعض الأشخاص على شراء جهاز حاسوبٍ.
- ٢- افتقار بعض الأفراد إلى المهارات اللازمية لاستخدام شبكة الإنترنت، وتصفح الواقع الإلكتروني؛ مما يقلل من فرصة دخولهم الأسواق الإلكترونية، وإتمام المعاملات التجارية.
- ٣- عدم القدرة على مواكبة التطورات والمستجدات في عالم التكنولوجيا، والإنترنت، وبرمجيات التجارة الإلكترونية.
- ٤- افتقار بعض الزبائن للعادات والتقاليد والسلوكيات المتعلقة بعمليات البيع والشراء، مثل: لمس السلعة ومعاينتها قبل الشراء، والاستمتاع بالتسوّق، والتعامل مع البائع وجهاً لوجهٍ.
- ٥- عدم ثقة الأفراد بالخدمات الإلكترونية، ولا سيّما البائعين غير المعروفين في الواقع الإلكتروني.
- ٦- تزايد حالات النصب والاحتيال في التجارة الإلكترونية باستخدام الإنترنت؛ ما أدى إلى نفور الكثيرين منها.

١ - وضُح المقصود بمفهوم التجارة الإلكترونية.

التجارة الإلكترونية (e-commerce) : هي مجموعة متكاملة من عمليات البيع والشراء والتسويق للمنتجات والخدمات عن طريق شبكة الإنترنت.

٢ - عدُّ ثلَاثاً من فوائد التجارة الإلكترونية لكلٍ من :

• البائع :

- التسويق الواسع، والأرباح الوفيرة.
- تقليل التكاليف.
- التواصل الفاعل مع الشركاء والعملاء.

• المشتري :

- توفير الوقت والجهد.
- حرية الاختيار.
- خفض الأسعار.

• المجتمع :

- التقليل من الازدحام والضوضاء.
- تحسين مستوى المعيشة.

٣ - اذْكُر ثلَاثةً مُعوّقات للتجارة الإلكترونية.

- ضعف إمكانات الأفراد المادية، وفرض رسوم على الاتصال بشبكة الإنترنت، فضلاً عن عدم قدرة بعض الأشخاص على شراء جهاز حاسوب.

- افتقار بعض الأفراد إلى المهارات الالزمة لاستخدام شبكة الإنترنت، وتصفح الواقع الإلكتروني؛ ما يُقلل من فرصة دخولهم الأسواق الإلكترونية، وإتمام المعاملات التجارية.

- عدم القدرة على مواكبة التطورات المستجدات في عالم التكنولوجيا، والإنترنت، وبرمجيات التجارة الإلكترونية.

٤- برأيك، لماذا يفضل بعض الأشخاص الشراء بالطريق التقليدية، ويُحجمون عن استخدام موقع التجارة الإلكترونية؟

يُفضل بعض الأشخاص الشراء بالطريق التقليدية، ويُحجمون عن استخدام موقع التجارة الإلكترونية؛ نظراً إلى عدم ثقتهم بالخدمات الإلكترونية، ولا سيما البائعين غير المعروفين في الواقع الإلكترونية، وتزايد حالات النصب والاحتيال في التجارة الإلكترونية باستخدام الإنترنت؛ ما أدى إلى نفور الكثيرين منها، ورغبة بعض الزبائن في ممارسة العادات والتقاليد والسلوكيات المتعلقة بعمليات البيع والشراء، مثل: لمس السلعة ومعاينتها قبل الشراء، والاستمتاع بالتسوق، والتعامل مع البائع وجهاً لوجه.

١) أداة التقويم الخاصة بالعمل على أنشطة الدرس:

استراتيجية التقويم: الملاحظة.

أداة التقويم: سلم تقيير عددي.

الرقم	الأداء	نعم	لا
١	يُظهر تقبلاً لتطبيقات التكنولوجيا في المعاملات المالية.		
٢	يلتزم بتنفيذ النشاط تبعاً للتعليمات (فردياً، زوجياً، جماعياً).		
٣	يلتزم بالوقت المحدد لتنفيذ النشاط.		
٤	يلتزم بآداب المراقبة.		
٥	يُوظف التفكير الناقد في إصدار الأحكام.		
٦	يربط ما يتعلمه بمعرفته السابقة.		
٧	يستخدم المصطلحات والمفاهيم الوارد ذكرها في الدرس.		
٨	يتواصل مع الآخرين بإيجابية.		

٢) أداة التقويم الخاصة بمتطلبات التعلم الخاصة بالدرس:

استراتيجية التقويم: التقويم المعتمد على الأداء.

أداة التقويم: قائمة شطب.

الرقم	الأداء	نعم	لا
١	يُعرّف مفهوم التجارة الإلكترونية.		
٢	يستنتج أهمية التجارة الإلكترونية.		
٣	يحدد معوقات التجارة الإلكترونية.		

الدرس الثاني أنواع التجارة الإلكترونية

نتائج التعلم الخاصة بالدرس:

يُتوقع من الطالب بعد انتهاء هذا الدرس أن يكون قادرًا على:

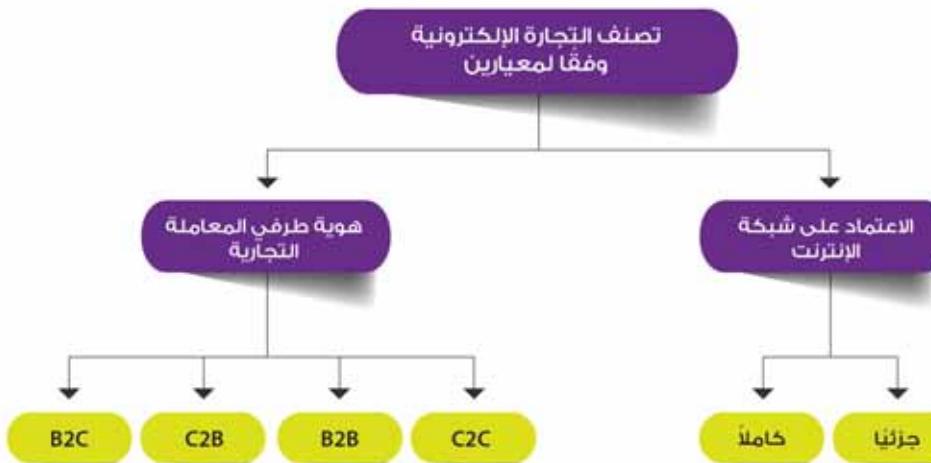
- تعريف أنواع التجارة الإلكترونية تبعًا لمدى استخدام الإنترنت.
- تمييز أنواع التجارة الإلكترونية تبعًا لهوية طرفي المعاملة التجارية.

المفاهيم والمصطلحات:

- مستهلك إلى مستهلك.
- مستهلك إلى شركة.
- شركة إلى شركة.
- شركة إلى مستهلك.

أساليب التدريس:

- العمل الجماعي.
- دراسة حالة.
- العصف الذهني.
- العمل الجماعي.
- دراسة حالة.
- العصف الذهني.
- البطاقات.



الشكل (٤) : أنواع التجارة الإلكترونية

تصنّف التجارة الإلكترونية تبعًا لمعاييرين، هما: درجة اعتمادها على شبكة الإنترنت، وهوية طرفي المعاملة التجارية.

أولاً : درجة اعتماد التجارة الإلكترونية على شبكة الانترنت.



تصنيف التجارة الإلكترونية من حيث استخدام الإنترنت.

النشاط (١)

يهدف هذا النشاط إلى تمييز نوع التجارة الإلكترونية تبعاً لاستخدام الإنترنت.

الهدف:



التعليمات:

- وجّه الطلبة إلى دراسة الموقف الآتي:

«اشترت السيدة لميس ببرنامجا تعليمياً لغة الإنجليزية من أحد مواقع التجارة الإلكترونية، واتفقَت مع البائع على أن يُرسل إليها البرنامج عن طريق بريدها الإلكتروني، وأن تكون عملية الدفع إلكترونية. بعد أسبوع، تمت العملية بنجاح؛ إذ حصلت السيدة لميس على البرنامج لقاء دفعها الثمن إلكترونياً عن طريق الإنترنت، من دون حاجة إلى الذهاب إلى أي مكان».

لاحظ هنا أن عملية الشراء والبيع بين الطرفين تمت كاملاً بوساطة شبكة الانترنت؛ ما يعني أن عملية تسلُّم المنتج ودفع الثمن حدثت كلها عن طريق شبكة الانترنت.

- وجّه الطلبة إلى دراسة الموقف الآتي:

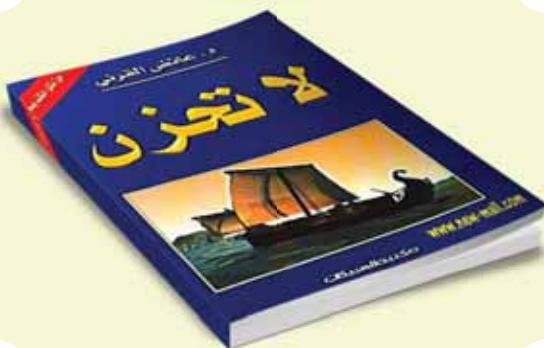
«اشترى السيد أحمد حقيبة سفر من أحد مواقع التجارة الإلكترونية، واتفقَ مع البائع على إيصال الحقيبة إلى مكان سكنه بإحدى وسائل الشحن البرية، ودفع ثمن الحقيبة إلكترونياً. بعد أسبوع، تمت العملية بنجاح؛ إذ حصل السيد أحمد على الحقيبة لقاء دفعه الثمن إلكترونياً عن طريق الإنترنت، من دون حاجة إلى الذهاب إلى أي مكان».

لاحظ هنا أن عملية الشراء والبيع بين الطرفين لم تحدث كاملاً بوساطة شبكة الانترنت؛ ما يعني أن التواصل بين البائع والمشتري كان عن طريق شبكة الانترنت، وأن عملية التسلُّم والتسليم للمنتج تمت بصورة تقليدية.

لتعرُّف الفروق بين النوعين، نفذ النشاط على النحو الآتي:

- وزِّع الطلبة إلى أربع مجموعات.
- ارسم على اللوح جدولًا من عمودين.
- دون في العمود الأول كلمة (كامل)، وفي العمود الثاني كلمة (جزئي).
- وزِّع على كل مجموعة بطاقتين من بطاقات المنتجات.
- اطلب إلى أفراد كل مجموعة تصنify المنتج الموجود في البطاقة بعًدا لمدى استخدام الإنترنت في إتمام عملية الشراء والبيع، ثم الصقها على اللوح في عمود (كامل) إذا تمت العملية كلها عن طريق الإنترنت، أو في عمود (جزئي) إذا حدثت عملية الشراء والبيع جزئياً عن طريق الإنترنت.
- ناقش الطلبة في النتائج التي يتوصّلون إليها.

بطاقات المنتجات



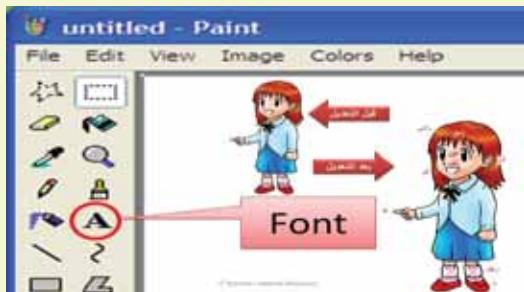
كتاب (لا تحزن).



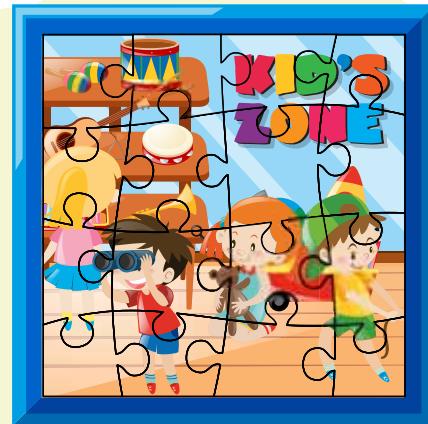
เคكة عيد الميلاد.

بطاقة المنتج (٢).

بطاقة المنتج (١).



برنامِج الرسَّامِ.



لعبة تركيب الصورِ.

بطاقة المنتج (٤).

بطاقة المنتج (٣).



لعبة إلكترونية.



قرص مدمج لبرنامج تعليميٌّ.

بطاقة المنتج (٦).

بطاقة المنتج (٥).



ملابسُ أطفالٍ.



برنامج تلوين الرسوم الجاهزة.

بطاقة المنتج (٨).

بطاقة المنتج (٧).

- وضُحَ للطلبة ما يأتي:

تنقسم التجارة الإلكترونية بحسب اعتمادها على استخدام الإنترنت إلى قسمين، هما:

أ. التجارة الإلكترونية التي تعتمد اعتماداً كاملاً على استخدام شبكة الإنترنت: وفيها يتفق المشتري والبائع على السلعة وسعرها عن طريق الإنترنت، وتعقد الصفقة، ويُحدَّد وقت التسليم وطريقة الدفع إلكترونياً بوساطة الإنترنت، ويتم تسليم السلعة إلكترونياً، مثل: الكتب والمجلات الإلكترونية، والبرمجيات، وبرامج الألعاب المتنوعة.

ب. التجارة الإلكترونية التي تعتمد اعتماداً جزئياً على استخدام شبكة الإنترنت: وفيها يتفق المشتري والبائع على السلعة وسعرها عن طريق الإنترنت، وتعقد الصفقة، ويُحدَّد وقت التسليم وطريقة الدفع إلكترونياً بوساطة الإنترنت، ولكن تسليم السلعة يكون بوسائل النقل التقليدية، مثل: الملابس، والأغذية، والبضائع المتنوعة.

ثانياً: التجارة الإلكترونية بحسب هوية طريقة العملية التجارية.

تصنف التجارة الإلكترونية تبعاً لهوية طريقة العملية التجارية - التي يمثلها البائع والمشتري - إلى أنواع عدّة، منها:

- ١- مستهلك إلى مستهلك (Consumer to Consumer)، ويُرمز إليها بالرمز (C2C).
- ٢- مستهلك إلى شركة (Consumer to Business)، ويُرمز إليها بالرمز (C2B).
- ٣- شركة إلى مستهلك (Business to Consumer)، ويُرمز إليها بالرمز (B2C).
- ٤- شركة إلى شركة (Business to Business)، ويُرمز إليها بالرمز (B2B).



التمييز بين أنواع التجارة الإلكترونية.

النشاط (١)

يهدف هذا النشاط إلى تمييز أنواع التجارة الإلكترونية بعضها من بعض.

الهدف:

التعليمات:

- وزع الطلبة إلى أربع مجموعات.
- وزع على كل مجموعة بطاقة المعلومات التي توضح أنواع التجارة الإلكترونية مصنفةً بحسب هوية طريقة المعاملة التجارية، على النحو الآتي:

المجموعة الأولى: البطاقة رقم (١) : من مستهلك إلى مستهلك.

المجموعة الثانية: البطاقة رقم (٢) : من مستهلك إلى شركة.

المجموعة الثالثة: البطاقة رقم (٣) : من شركة إلى مستهلك.

المجموعة الرابعة: البطاقة رقم (٤) : من شركة إلى شركة.

- وجّه كلّ مجموعةٍ إلى إعدادٍ مشهدٍ تمثيليًّا يُبيّن نوعَ التجارةِ الإلكترونيةِ الخاصّ بها؛ على أنْ يتضمّنَ ما يأتي:

١. تحديدُ طريقةِ العمليةِ التجاريةِ (المشتري والبائعُ).

٢. وسيلةُ الاتصالِ والتواصلِ بينَ الطرفينِ.

٣. كيفيةُ تعرّفِ المنتجِ المرادِ شراؤهُ.

٤. تحديدُ المنتجِ المرادِ شراؤهُ.

٥. الإجراءاتُ الالزاميةُ لضمانِ حقوقِ كلِّ منَ المشتري والبائعِ.

٦. طريقةُ توصيلِ المنتجِ إلى المشتري.

٧. طريقةُ الدفعِ.

- اطلبُ إلى كلّ مجموعةٍ عرضَ المشهدِ التمثيليًّا أمامَ المجموعاتِ الأخرى.

- ناقشِ المجموعاتِ في تفاصيلِ المشهدِ التمثيليًّا.

١- مُستهلكٌ إلى مُستهلكٌ (C2C)

يُمتازُ هذا النوعُ منَ التجارةِ الإلكترونيةِ ببيعِ المنتجاتِ منَ المستهلكِ (البائعُ، وهو هنا الطرفُ الذي قدمَ المنتجَ) إلى المستهلكِ (المشتري، وهو هنا الطرفُ الذي استفادَ منَ المنتجِ)؛ أيًّا إنَّ عمليةَ التبادل التجاريًّا تتمُّ بينَ المستهلكينِ بصورةٍ مباشرةٍ. ويعدُ الموقعُ الإلكترونيُّ (ebay) مثالًا على هذا النوعِ منَ التجارةِ.

البطاقةُ رقمُ (١) : منْ مُستهلكٌ إلى مُستهلكٌ.

مُسْتَهْلِكٌ إِلَى شَرْكَةٍ (C2B)

يكونُ الطرفُ البائعُ هنا هوَ المُسْتَهْلِكُ، والطرفُ المشتري هوَ الشَّرْكَةُ، وقد تُستَفِيدُ الشَّرْكَةُ مِنَ الْأَفْكَارِ الَّتِي يُقْدِمُهَا لَهَا المُسْتَهْلِكُ فِي إِنْتَاجِ الْمُنْتَجَاتِ. وَيَعْدُ الْمَوْقُعُ الْإِلْكْتَرُونِيُّ (Priceline.com) مَثَالًا عَلَى هَذَا النَّوْعِ مِنَ التَّجَارَةِ.

البطاقة رقم (٢) : من مُسْتَهْلِكٌ إِلَى شَرْكَةٍ.

شَرْكَةٌ إِلَى مُسْتَهْلِكٍ (B2C)

هُوَ أَكْثَرُ أَنْوَاعِ التَّجَارَةِ الْإِلْكْتَرُونِيَّةِ شِيَوْعًا، وَفِيهِ تَعْمَلُ الشَّرْكَةُ عَلَى تَقْدِيمِ مُنْتَجَاتِهَا لِلْمُسْتَهْلِكِ الْإِلْكْتَرُونِيًّا، وَهِيَ تُمْثِلُ الطرفَ الْبائعَ، فِي حِينَ يُمْثِلُ المُسْتَهْلِكُ الطرفَ الْمُشْتَريَ. وَأَشْهَرُ مَثَالٍ عَلَى هَذَا النَّوْعِ مِنَ التَّجَارَةِ مُوقِعُ شَرْكَةِ آمازُونِ (Amazon) الْمُتَخَصِّصُ فِي بَيْعِ الْكِتَابِ وَالْمَجَلاَتِ. وَقَدْ وَسَعَتِ الشَّرْكَةُ مَجَالَ عَمَلِهَا لِيَشْمَلَ بَيْعَ مُنْتَجَاتٍ جَدِيدَةٍ، مَثَلِ: الْأَدَوَاتِ الْمَنْزَلِيَّةِ، وَالْمَلَابِسِ.

البطاقة رقم (٣) : من شَرْكَةٌ إِلَى مُسْتَهْلِكٌ.

شركة إلى شركة (B2B)

وفيه يكون التبادل التجاري الإلكتروني بين شركة وأخرى. ويُقصد هنا بالتبادل التجاري جميع التعاملات التي تحدث بين شركتين تجاريتين بغض النظر عن نوع المنتجات، مثل توريد إحدى الشركات مواد أولية إلى الشركة الأخرى. ويعد الموقع الإلكتروني (Dell) مثالاً على هذا النوع من التجارة؛ وهو موقع متخصص في بيع الشركات أجهزةً عن طريق نظام المشتريات والطلبات الإلكترونية.

البطاقة رقم (٤) : من شركة إلى شركة.



- وضُحٌ للطلبة ما يأتي:

تصنُف التجارة الإلكترونية بحسب هوية طريقة العملية التجارية إلى الأنواع الآتية:

- ١- **مستهلك إلى مستهلك (C2C):** يمتاز هذا النوع من التجارة الإلكترونية ببيع المنتجات من المستهلك (البائع)، وهو هنا الطرف الذي قدم المنتج إلى المستهلك (المشتري)، وهو هنا الطرف الذي استفاد من المنتج؛ أي إن عملية التبادل التجاري تتم بين المستهلكين بصورة مباشرة. ويُعد الموقع الإلكتروني (ebay) مثلاً على هذا النوع من التجارة.
- ٢- **مستهلك إلى شركة (C2B):** يكون الطرف البائع هنا هو المستهلك، والطرف المشتري هو الشركة، وقد تستفيد الشركة من الأفكار التي يقدمها لها المستهلك في إنتاج المنتجات. ويُعد الموقع الإلكتروني (Priceline.com) مثلاً على هذا النوع من التجارة.
- ٣- **شركة إلى مستهلك (B2C):** هو أكثر أنواع التجارة الإلكترونية شيوعاً، وفيه تعمل الشركة على تقديم منتجاتها للمستهلك الإلكتروني، وهي تمثل الطرف البائع، في حين يمثل المستهلك الطرف المشتري. وأشهر مثال على هذا النوع من التجارة موقع شركة أمازون (Amazon) المتخصص في بيع الكتب والمجلات. وقد وسعت الشركة مجال عملها ليشمل بيع منتجات جديدة، مثل: الأدوات المنزلية، والملابس.
- ٤- **شركة إلى شركة (B2B):** وفيه يكون التبادل التجاري الإلكتروني بين شركة وأخرى. ويقصد هنا بالتبادل التجاري جميع التعاملات التي تحدث بين شركتين تجاريتين بغض النظر عن نوع المنتجات، مثل توريد إحدى الشركات مواد أولية إلى الشركة الأخرى. ويُعد الموقع الإلكتروني (Dell) مثلاً على هذا النوع من التجارة؛ وهو موقع متخصص في بيع الشركات أجهزةً عن طريق نظام المشتريات والطلبات الإلكترونية.

أنواع أخرى:

- ١- **حكومة إلى مستهلك (G2C):** يتمثل هذا النوع من التجارة الإلكترونية في ما تقدمه الحكومة للمستهلك من خدمات مختلفة بوساطة شبكة الإنترنت؛ مما يتتيح له إتمام معاملاته الحكومية بكل سهولة ويسر بعيداً عن التعقيدات الروتينية الاعتيادية (مثلاً: انتظار الموعد، والالتزام بالدور، والوقوف في الطابور)، فأصبح ممكناً إصدار شهادة ميلاد أو زواج وتجديدهما، أو إصدار شهادة وفاة من دون حاجة إلى مراجعة دائرة الأحوال المدنية، فضلاً عن تجديد رخصة السيارة من دون الذهاب إلى دائرة الترخيص؛ وذلك بزيارة الواقع الإلكتروني لهذه الدوائر الحكومية، ثم ملء النماذج المطلوبة، ودفع الرسوم المحددة عن طريق

الإنترنت، بإحدى وسائل الدفع الإلكتروني (سيرد ذكرُها لاحقاً في هذه الوحدة)، فتصل نسخ منها في البريد العادي. هذا إلى جانب دفع فواتير الماء والكهرباء واشتراك الإنترنت إلكترونياً.

٢- حكومة إلى شركة (G2B): تهدف الحكومة من ذلك إلى تشجيع حركة الاقتصاد عن طريق تسهيل معاملات الشركات والمؤسسات التجارية، وذلك بتوفير البيئة الاقتصادية المناسبة، والمناخ المحفز للمستثمرين، وتذليل العقبات التي يواجهونها، والتي تمثل أساساً في بطء الإجراءات وتعقيدها؛ ما أسهم في تشجيع الاستثمار المحلي، وجذب المزيد من الاستثمارات الأجنبية. يتبع هذا النوع من التجارة الإلكترونية للشركات والمؤسسات التجارية إتمام عمليات دفع الضرائب وتخلص الجمارك ورسوم التراخيص المختلفة إلكترونياً من دون حاجة إلى مراجعة المكاتب الحكومية.

٣- شركة إلى حكومة (B2G): يشمل ذلك جميع المعاملات التي تتم بين الشركات والهيئات الحكومية؛ إذ تعمل الشركات على تحديد الحاجات وتقييمها لجهات حكومية، وتقديم المقترنات، وتنفيذ المهام المتفق عليها. ومن الأمثلة على ذلك تقديم أحد الشركات استشاراتٍ وخدماتٍ تكنولوجيا المعلومات إلى جهة حكومية معينة.

٤- حكومة إلى حكومة (G2G): يهدف هذا النوع من العلاقات في التجارة الإلكترونية إلى الربط بين مختلف الوزارات والإدارات الحكومية العامة، وذلك بتوفير البيانات المطلوبة، وإتمام الإجراءات اللازمة لكل منها؛ ما يعزز مستويات الكفاءة والفاعلية في الإجراءات والأنظمة الحكومية الداخلية، ويتيح نقل المعلومات بدقة بين المؤسسات الحكومية المختلفة. وبعبارة أخرى، إذا توافرت البيانات بصورة رقمية، وتم تناقلها سريعاً بين الإدارات، فإن ذلك سيوجه الطاقات البشرية للعمل بفاعلية في مهام وأعمال أكثر إنتاجية، مثل الربط بين إدارات وزارة التربية والتعليم مع بعضها البعض.

٥- مستهلك إلى حكومة (C2G): هذا النوع من العلاقات التجارية الإلكترونية ما زال في بداياته، ولم يجر تداوله على نحو ملموس.

١- عدّ أنواع التجارة الإلكترونية تبعاً لهوية طريقة العملية التجارية.

- مستهلك إلى مستهلك (C2C).
- مستهلك إلى شركة (C2B).
- شركة إلى مستهلك (B2C).
- شركة إلى شركة (B2B).

٢- وضح المقصود بكل من المفهومين الآتيين:

- التجارة الإلكترونية التي تعتمد اعتماداً كاملاً على استخدام شبكة الإنترنت؛ يقصد بذلك أن يتلقى المشتري والبائع على السلعة وسعرها عن طريق الإنترنت، وتعقد الصفقة، ويحدد وقت التسليم وطريقة الدفع إلكترونياً بوساطة الإنترنت، وتسلم السلعة إلكترونياً، مثل: الكتب والمجلات الإلكترونية، والبرمجيات، وبرامج الألعاب المتنوعة.

- التجارة الإلكترونية التي تعتمد اعتماداً جزئياً على استخدام شبكة الإنترنت؛ يقصد بذلك أن يتلقى المشتري والبائع على السلعة وسعرها عن طريق الإنترنت، وتعقد الصفقة، ويحدد وقت التسليم وطريقة الدفع إلكترونياً بوساطة الإنترنت، ولكن تسليم السلعة يكون بوسائل النقل التقليدية، مثل: الملابس، والأغذية، والبضائع المتنوعة.

٣- صنف عمليات التجارة الإلكترونية الآتية تبعاً لهوية طريقة العملية التجارية:

• تقدم شركة فؤاد لتصنيع أجهزة الحاسوب خدمات إلكترونية لشركة هونداي للسيارات.

(B2B)

• تقدم مؤسسة الضمان الاجتماعي خدمات إلكترونية للعاملين في المجالات المختلفة.

(B2C)

• تعمل السيدة نجاح على تطريز بعض الملابس التي تنتجها مؤسسة الأحمدى السياحية، وتبيعها للسياح إلكترونياً.

(C2B)

• يعمل السيد أحمد على تدريب طلبة الجامعات على مهارات القيادة الإلكترونية لقاء رسم مخفضة.

(C2C)

٤- صنف عمليات التجارة الإلكترونية الآتية تبعاً لمدى استخدام الإنترنت:

- اشتربت الآنسة فرج عطرها المفضل عن طريق أحد مواقع التواصل الاجتماعي.
(استخدام جزئي)
- تمكّن زiad من تحميل لعبة الكلمات المقاطعة من أحد الواقع الإلكتروني مجاناً.
(استخدام كامل)
- اشتربت ريميا بعض الملابس لأطفالها من أحد مواقع التواصل الاجتماعي.
(استخدام جزئي)
- تمكّن أنس من تحميل برنامج الصور المتحركة من الإنترت على جهاز الحاسوب الخاص به.
(استخدام كامل)
- اشتربت إيناس قرصاً مدحجاً لبرنامج تعديل الصور.
(استخدام كامل)
- اشتري أحمد الذي يسكن في مدينة العقبة ساعةً يدويةً بـ ٦٠ ديناراً من شركة النخبة التي مقرّها مدينة إربد، وقد تم إيصال الساعة إلى مكان عمل أحمد في مدينة العقبة.
(استخدام جزئي)

١) أداة التقويم الخاصة بالعمل على أنشطة الدرس:

استراتيجية التقويم: الملاحظة.

أداة التقويم: سلم تقييم عددي.

الرقم	الأداء	ممتاز	جيد جداً	جيد	مقبول
١	يربط ما يتعلمه بمعرفته السابقة.				
٢	يُظهر تقبلاً لتطبيقات التكنولوجيا في المعاملات المالية.				
٣	يربط التعلم بواقع الحياة.				
٤	يُمارس نهجاً علمياً في حل المشكلات.				
٥	يُطور القدرة على اتخاذ قرارات منطقية.				
٦	يلتزم بتنفيذ النشاط تبعاً للتعليمات (فردياً، زوجياً، جماعياً).				
٧	يلتزم بالوقت المحدد لتنفيذ النشاط.				
٨	يتواصل مع الآخرين بإيجابية.				

٢) أداة التقويم الخاصة بنتائج التعلم الخاصة بالدرس:

استراتيجية التقويم: التقويم المعتمد على الأداء.

أداة التقويم: قائمة شطب.

الرقم	الأداء	نعم	لا
١	يُعرف أنواع التجارة الإلكترونية بحسب استخدام الإنترنت.		
٢	يُميّز بين أنواع التجارة الإلكترونية بحسب هوية طرفي المعاملة التجارية.		

الدرس الثالث متطلبات التجارة الإلكترونية

نَتَاجُاتُ التَّعْلِمِ الْخَاصَّةُ بِالدُّرْسِ :

يُؤْتَوْعُ مِنَ الطَّالِبِ بَعْدِ اِنْتِهَاءِ هَذَا الدُّرْسِ أَنْ يَكُونَ قَادِرًا عَلَى :

- تَعْرِفُ الْمُكَوِّنَاتِ الْأَسَاسِيَّةِ لِلتَّجَارَةِ الْإِلْكْتَرُوْنِيَّةِ.
- تَحْدِيدِ مُتَطَلِّبَاتِ إِنْشَاءِ مَوْقِعِ لِلتَّجَارَةِ الْإِلْكْتَرُوْنِيَّةِ.

المفاهيم والمصطلحات :

أساليب التدريس :

- الْعَمَلُ الْجَمَاعِيُّ.
- الْعَصْفُ الْذَّهَنِيُّ.

دَخَلَتِ التَّجَارَةُ الْإِلْكْتَرُوْنِيَّةُ سُوقَ الْعَمَلِ عَلَى نَطَاقٍ وَاسِعٍ، فَصَارَ لِزَاماً عَلَى الشَّرْكَاتِ وَالْأَفْرَادِ اِتْبَاعُ سِيَاسَاتِهَا وَتَطْبِيقَاهَا؛ لِمُواكِبَةِ سُوقِ الْعَمَلِ، وَمُجَارَاةِ الْمُنَافِسِينَ الَّذِينَ تَمْيِيزُوا فِي مَجَالِ التَّجَارَةِ الْإِلْكْتَرُوْنِيَّةِ، وَالبَيْعِ وَالشَّرَاءِ الْإِلْكْتَرُوْنِيَّينِ، فَمَا مُتَطَلِّبَاتُ هَذِهِ التَّجَارَةِ؟ دَعُونَا نَتَعَرَّفُ إِجَابَةً هَذَا السُّؤَالِ بِتَنْفِيذِ الْأَنْشَطَةِ الْآتِيَّةِ.

النشاط
(١)

المكونات الأساسية للتجارة الإلكترونية.

يهدف هذا النشاط إلى تعرف المكونات الأساسية للتجارة الإلكترونية.

الهدف:

التعليمات:

- وزع الطلبة إلى أربع مجموعات.
- اطلب إلى أفراد كل مجموعة مناقشة الحالة الآتية:
«يعمل رائد في مجال تأليف قصص الأطفال وبيعها، ويرغب أن تصل مبيعاته إلى أكبر عدد ممكن من الأشخاص؛ لذا قرر أن يتعامل مع موقع التجارة الإلكترونية، ويعرض عليها منتجاته من القصص. وحين سأله أحد المتخضفين عن ذلك أجابه بضرورة توفير بعض التجهيزات والأدوات الأساسية ليتمكن من إتمام عمليات البيع والشراء عن طريق الإنترنت».
- برأيك، ما الأدوات والتجهيزات الأساسية التي تلزم رائدا للتعامل مع موقع التجارة الإلكترونية؟
- اطلب إلى كل مجموعة عرض ما توصلت إليه على المجموعات الأخرى.
- وضح للطلبة ما يأتي:

المكونات الأساسية للتجارة الإلكترونية :

- ١- الشبكات (Networks): تُعرف الشبكات بأنّها سلسلة من الحواسيب التي يتّصل بعضها ببعض، والتي تسمح بتداول المعلومات، وإجراء الاتصالات في ما بينها إلكترونياً، وذلك بوساطة الأكبايل، أو خطوط الهاتف، أو الأقمار الصناعية.

أَسْهَمَتِ الشَّبَكَاتُ فِي تَسْهِيلِ عَمْلِيَّةِ تَشَارُكِ الْمَعْلُومَاتِ، وَإِيْجَادِ رَوَابِطٍ قَوِيَّةٍ جَدًّا بَيْنَ مَسْتَخْدِمِيِّ الشَّبَكَاتِ فِي مُخْتَلِفِ أَنْحَاءِ الْعَالَمِ. وَهِيَ تَمْتَازُ بِنَقْلِ الْبَيَانَاتِ بِصُورَةٍ سَرِيعَةٍ، وَتَكْلِيفَةٍ قَلِيلَةٍ بِغَضْنَظَرٍ عَنْ حَجْمِهَا؛ مَا سَاعَدَ عَلَى تَسْهِيلِ عَمْلِيَّةِ التَّوَاصِلِ بَيْنَ الْأَفْرَادِ.

٢- برمجيات التجارة الإلكترونية: هي برمجيات خاصة بالتجارة الإلكترونية تسهل عملية التواصل مع المستهلكين، مثل: البرمجيات الخاصة بعرض صور المنتجات، والبرمجيات الخاصة بالمستهلكين التي تتيح لهم اختيار المنتج، وتحديد طريقة الدفع.

٣- الأجهزة والمعدات الطرفية:

- **الأجهزة الذكية:** تتطلب التجارة الإلكترونية استخدام جهاز ذكي مثل الحاسوب أو الهاتف الذكي ضمن مواصفات معينة.

- **المودم:** هو جهاز يصل بين أجهزة الحاسوب الخاصة بالمستخدمين وشبكة الإنترنت عن طريق قنوات الاتصال.

- **قنوات الاتصال:** يقصد بها وسائل الاتصال التي تتيح نقل البيانات بين أجهزة الحاسوب المختلفة، مثل خطوط الهاتف.

٤- الموارد البشرية: أدى استخدام أدوات التكنولوجيا الحديثة في عالم الأعمال عاملاً عاملاً، والتجارة الإلكترونية بوجه خاص إلى الاستغناء عن بعض الوظائف، ولكنها أسهمت - بالمقابل - في إيجاد العديد من الوظائف وفرص العمل، مثل: خدمة المستهلكين الإلكترونية، والتصميم الجرافيكى، والتسويق الإلكتروني، ومتابعة طلبات الزبائن إلكترونياً.



النشاط (٢) متجر الإلكتروني.

يهدف هذا النشاط إلى تحديد متطلبات إنشاء موقع للتجارة الإلكترونية.



التعليمات:

- وزع الطلبة إلى مجموعات.

- اطلب إلى أفراد كل مجموعة مناقشة الحالة الآتية:

« لدى سعيد وتأمر وسلوى معمل صغير يصنعون فيه قوالب الحلوي على صورة شخصيات الرسوم المتحركة للأطفال. قرر أصحاب المعمل الترويج لمنتجاتهم عن طريق الإنترنت لجذب الزبائن، وذلك بإنشاء متجر إلكتروني يتاح لهم عرض منتجاتهم، والتواصل مع الزبائن بسهولة ويسر، فأخذوا يستفسرون عن المتطلبات الالزامية لإنشاء هذا المتجر ».

- لمساعدة أصحاب المعمل على تعرف متطلبات بناء متجرهم الإلكتروني، شارك أفراد مجموعتك في عمل ما يأتي:

- تخيلوا أنفسكم أصحاب شركة لمنتجات معينة تعمل في مجال التجارة الإلكترونية.
- قدّموا تصوّراً واضحاً لشكل الموقع الإلكتروني الخاص بترويج المنتج الذي ستسوقونه.
- ارسموا مخططاً يبيّن شكل هذا الموقع.

- اطلب إلى أفراد المجموعات تدوين أهم المتطلبات الالزامية لإنشاء موقع التجارة الإلكترونية بناء على التصور السابق.

- ناقش الطلبة في هذه المتطلبات، موضحاً لهم ما يأتي

متطلبات إنشاء موقع للتجارة الإلكترونية:

يتطلب إنشاء موقع للتجارة الإلكترونية توافر ما يأتي:

- ١- الموقع الإلكتروني: هو مساحة إلكترونية تُصمم باستخدام برمجيات متخصصة تحوي تصاميم جاذبة، وواجهات أمامية تُستخدم فيها لغات مختلفة لجذب الزبائن.
- ٢- المنتج المراد تسويقه: يُصمم دليل للمنتج يتضمن معلومات تفصيلية عنه، مثل: نوعه، وطبيعته، وسعره، فضلاً عن وضع صور له.
- ٣- موقع الإعلانات التجارية الإلكترونية: هو موقع يعرض إعلانات ومعلومات عامة عن المنتج؛ بغية الترويج له في الواقع التجاري الإلكتروني، وتعريف أكبر عدد ممكن من المستهلكين به.
- ٤- طلب الشراء: يقصد به استخدام نماذج إلكترونية، أو سلسلة مشتريات إلكترونية لتأكيد طلب شراء منتج معين.
- ٥- تحديد طريقة الدفع: يحدد مالك موقع المتجر الإلكتروني كيفية الدفع بإحدى طرائق الدفع الإلكتروني.

١. ما المكونات الأساسية للتجارة الإلكترونية؟

- الشبكات.
- برمجيات التجارة الإلكترونية.
- الأجهزة والملحق الإلكترونية.
- الموارد البشرية.

٢. اذكر متطلبات إنشاء موقع للتجارة الإلكترونية.

- الموقع الإلكتروني للمتجر.
- المنتج (أو الخدمة) المراد تسويقه.
- موقع الإعلانات التجارية الإلكترونية.
- طلب الشراء.
- تحديد طريقة الدفع.

٣. برأيك، هل يجب أن يكون موقع الإعلانات التجارية الإلكترونية من متطلبات إنشاء الموقع الإلكتروني؟

يجب أن يكون موقع الإعلانات التجارية الإلكترونية متطلباً أساسياً عند إنشاء الموقع الإلكتروني وذلك لما يقدمه من ترويج لهذا الموقع الإلكتروني من خلال الإعلانات والدعويات التي تصل إلى أكبر قدر ممكن من المستهلكين

١) أداة التقويم الخاصة بالعمل على أنشطة الدرس:

استراتيجية التقويم: الملاحظة.

أداة التقويم: سلم تقيير عددي.

الرقم	الأداء	ممتاز	جيد جداً	جيد	مقبول
١	يربط ما يتعلم به بمعرفته السابقة.				
٢	يُظهر تقبلاً لتطبيقات التكنولوجيا في المعاملات المالية.				
٣	يربط التعلم بواقع الحياة.				
٤	يطرح أفكاراً إبداعية.				
٥	يحترم الرأي الآخر.				
٦	يُظهر اتجاهات إيجابية نحو العمل الجماعي.				
٧	يلتزم بالوقت المحدد لتنفيذ النشاط.				
٨	يتواصل مع الآخرين بإيجابية.				

٢) أداة التقويم الخاصة بنتائج التعلم الخاصة بالدرس:

استراتيجية التقويم: الملاحظة.

أداة التقويم: سلم تقيير عددي.

الرقم	الأداء	ممتاز	جيد جداً	جيد	مقبول
١	يتعرف على المكونات الأساسية للتجارة الإلكترونية.				
٢	يحدد متطلبات إنشاء موقع للتجارة الإلكترونية.				

الدرس الرابع الجرائم الإلكترونية

نتائج التعلم الخاصة بالدرس:
يُتوقع من الطالب بعد انتهاء هذا الدرس أن يكون قادرًا على:

- تعرّف أنواع الجرائم الإلكترونية.
- تعرّف طرائق مكافحة الجرائم الإلكترونية.

المفاهيم والمصطلحات:

- الجريمة الإلكترونية.

أساليب التدريس:

- العمل الجماعي.

- العصف الذهني.

- الإملاء ركضاً.

- التدريس المباشر.

نظراً إلى طبيعة التعاملات التجارية الإلكترونية التي تتم أساساً عن طريق شبكة الإنترنت؛ فإنَّه يصعب وضع الضوابط التنظيمية والقانونية التي تضمن استخدام الأمثل لشبكة الإنترنت، والمعاملات الإلكترونية التي تحدث خلالها؛ ما جعل المجتمعات الإلكترونية تعاني في الآونة الأخيرة انتهاكات للحقوق والخصوصيات الإلكترونية، وذلك في ظل انتشار الجريمة الإلكترونية، وهو ما دفع الدول إلى تكثيف جهودها للحد من انتشار هذه الجرائم التي تلحق الضرر بالأفراد، عن طريق التوعية، واستخدام الوسائل والتقنيات الأمنية، حيث لجأت الجهات الرسمية وغير الرسمية فيها إلى حماية منظومتها المعلوماتية بأنظمة حماية متقدمة.



مفهوم الجريمة الإلكترونية.

النشاط
(١)

يهدف هذا النشاط إلى تعرُّف مفهوم الجريمة الإلكترونية.

الهدف:



التعليمات:

- اطلب إلى الطلبة ذكر كلمات لها علاقة بمفهوم الجريمة الإلكترونية.
- دون الكلمات التي وردتك من الطلبة على اللوح.
- اطلب إلى كل طالبين صياغة تعريف لمفهوم الجريمة الإلكترونية، مستخدماً الكلمات التي كتبتم على اللوح.
- اطلب إلى الطلبة استنتاج تعريف لمفهوم الجريمة الإلكترونية.
- وضح للطلبة ما يأتي:

الجرائم الإلكترونية: هي جرائم تُستخدم فيها أجهزة حاسوب موصولة بشبكة الإنترنت لاختراق الشبكات، أو تخريبها، أو لأغراض التحريف، والتزوير، والسرقة والاحتيال، والقرصنة، وسرقة حقوق الملكية الفكرية.

النشاط (٢) الجرائم الإلكترونية.

يهدف هذا النشاط إلى تعرُّف الجرائم الإلكترونية، وسبل مكافحتها.

الهدف:

التعليمات:

- وزع الطلبة إلى أربع مجموعات.
- اطلب إلى كل مجموعة الوقوف في صف طويلاً.
- اطلب إلى الطالب الأول من كل مجموعة تسلّم بطاقة المعلومات الخاصة بمجموعته، ثم قراءة المعلومة المدونة فيها، ثم إعادة البطاقة إليك مرة أخرى، خلال (٥) دقائق.
- اطلب إلى الطالب الأول من كل مجموعة أن يخبر الطالب الثاني الذي يليه في الصف بتلك المعلومات من دون أن يسمع بقية الطلبة، ثم اطلب إلى الطالب الثاني أن ينقل هذه المعلومات إلى الطالب الثالث في مجموعته، وهكذا حتى تصل المعلومات إلى آخر طالب في كل مجموعة.
- اطلب إلى الطالب الأخير من كل مجموعة تدوين هذه المعلومات في الدفتر الخاص بمجموعته.
- اطلب إلى أفراد المجموعات العودة إلى مقاعدهم.
- اطلب إلى أفراد المجموعات مناقشة المعلومات التي حصلوا عليها، وتبوئها كالتالي:
 - البند الأول: الجرائم الإلكترونية.
 - البند الثاني: مثال على الجرائم الإلكترونية.
- بعد ذلك، اطلب إلى أفراد كل مجموعة عرض معلوماتهم على المجموعات الأخرى.
- ناقش الطلبة في المعلومات التي توصلوا إليها.
- ناقش الطلبة في السؤالين الآتيين:
 - هل يمكن سرقة جميع المعلومات والبيانات الخاصة بالأفراد، أو اختراقها؟ بِرَّ إجابتك.
 - كيف يمكن حماية خصوصية الأفراد من الانتهاك والسرقة؟

البطاقات

- سرقة البيانات: يشمل ذلك بيع البيانات، مثل: البحوث، والدراسات المهمة.
- تزوير البيانات: يشمل ذلك اختراق الأنظمة التعليمية، والعبث بمحفوبياتها، وتحريفها، مثل: تغيير علامات الطلبة.

البطاقة رقم (١).

- انتهاك الخصوصية: يشمل ذلك نشر بيانات شخصية عن الأفراد، أو اختراق حساباتهم الإلكترونية، ونشر بيانات عنها، أو نشر بيانات عن سيرة الأفراد.
- التجسس: يشمل ذلك اعتراض البيانات، ومحاولة معرفة ما يقوم به الأفراد.

البطاقة رقم (٢).

- السرقة العلمية للكتب والبحوث العلمية الأكademie، ولا سيما تلك التي تمتاز بطبعية تجريبية وتطبيقية.
- سرقة الاختراعات، ولا سيما العلمية منها؛ لاستخدامها، أو بيعها.

البطاقة رقم (٣).

- قرصنة البيانات: يشمل ذلك اعتراض البيانات بغرض استخدامها في المعاملات المالية والسرقة والاحتيال، ولا سيما البيانات المتعلقة بأرقام البطاقات الائتمانية، وأرقام الحسابات، وكلمات الدخول، وكلمات السر.
- القنابل البريدية: يشمل ذلك إرسال فيروسات لإتلاف البيانات بوساطة رسالة إلكترونية.

البطاقة رقم (٤).

- صور الجرائم الإلكترونية :

- سرقة البيانات وبيعها، مثل: البحوث، والدراسات المهمة.
- تزوير البيانات، واحتراق الأنظمة التعليمية، والعبث بمحفوظاتها وتحريفها، مثل تغيير علامات الطلبة.
- انتهاك الخصوصية، ونشر بيانات شخصية عن الأفراد، أو احتراق حساباتهم الإلكترونية، ونشر بيانات عنها، أو نشر بيانات عن سيرة الأفراد.
- التجسس الذي يتضمن اعتراض البيانات، ومحاولة معرفة ما يقوم به الأفراد.
- السرقة العلمية للكتب والبحوث العلمية الأكademie، ولا سيما تلك التي تمتاز بطبعية تجريبية وتطبيقية.
- سرقة الاختراقات، ولا سيما العلمية منها؛ لاستخدامها، أو بيعها.
- قرصنة البيانات بغرض استخدامها في المعاملات المالية والسرقة والاحتيال، مثل: البيانات المتعلقة بأرقام البطاقات الائتمانية، وأرقام الحسابات، وكلمات الدخول، وكلمات السر.
- القنابل البريدية التي تشمل إرسال فيروسات لتدمير البيانات بوساطة رسالة إلكترونية.
- سرقة الأرقام، والمتجارة بها، ولا سيما أرقام الهواتف السرية، واستخدامها في الاتصالات الدولية.

- وسائل مكافحة الجرائم الإلكترونية :

- تعريف الأفراد بما هي الجرائم الإلكترونية، ومخاطرها.
- الحفاظ على سرية المعلومات الخاصة بالعناوين الإلكترونية، مثل: الحسابات البنكية، والبطاقات الائتمانية.
- عدم الكشف عن كلمة السر أبداً، وتغييرها بصورة مستمرة، و اختيار كلمات سر مُعقدة.
- تجنب تخزين الصور الخاصة بالأفراد في موقع التواصل الاجتماعي وأجهزة الكمبيوتر.
- الامتناع عن تحميل أي برنامج، أو فتح أي رسالة إلكترونية مجهولة المصدر.
- الاستمرار في تحديث برامج الحماية الخاصة بأجهزة الكمبيوتر.
- الحرص على استعمال رموز وكلمات سر للبرامج المخزنة في جهاز الكمبيوتر.
- عدم ترك جهاز الكمبيوتر مفتوحاً.
- فصل جهاز الكمبيوتر عن شبكة الإنترنت في حال عدم الاستخدام.

١- برأيك، لماذا تسعى الدول إلى حماية منظومتها المعلوماتية بأنظمة حماية فاعلة؟

تسعي الدول إلى حماية منظومتها المعلوماتية بأنظمة حماية فاعلة؛ نظراً إلى طبيعة التعاملات التجارية الإلكترونية التي تمأسساً عن طريق شبكة الإنترنت؛ فإنه يصعب وضع الضوابط التنظيمية والقانونية التي تضمن استخدام الأمثل لشبكة الإنترنت، والمعاملات الإلكترونية التي تحدث خلالها؛ ما جعل المجتمعات الإلكترونية تعاني في الآونة الأخيرة انتهاكات للحقوق والخصوصيات الإلكترونية، وذلك في ظل انتشار الجريمة الإلكترونية، وهو ما دفع الدول إلى تكثيف جهودها للحد من انتشار هذه الجرائم التي تلحق الضرر بالأفراد، عن طريق التوعية، واستخدام الوسائل والتكنولوجيات الأمنية.

٢- صنف الأحداث الآتية إلى أنواع الجريمة الإلكترونية التي تمثلها:

أ- إنشاء شركة الاتحاد موقعاً وهمياً لبيع الأحذية.

النصب والاحتيال.

ب- إصدار شركة إيمان تراخيص لمجموعة من المجال التجارية، تتضمن معلومات غير صحيحة.

تزوير البيانات.

ج- تقديم شركة بلاي معلومات تخص أحد عملائها إلى شركة النخبة، انتهك الخصوصية.

١) أداة التقويم الخاصة بالعمل على أنشطة الدرس:

استراتيجية التقويم: الملاحظة.

أداة التقويم: سلم تقييم عددي.

الرقم	الأداء	ممتاز	جيد جداً	جيد	مقبول
١	يعلم بفاعلية ضمن المجموعة.				
٢	يستخدم المصطلحات والمفاهيم الوارد ذكرها في الدرس.				
٣	يطرح أفكاراً إبداعية.				
٤	يُوظف التفكير الناقد في إصدار الأحكام.				
٥	يربط التعلم بواقع الحياة.				
٦	يلتزم بتنفيذ النشاط تبعاً للتعليمات (فردياً، زوجياً، جماعياً).				
٧	يلتزم بالوقت المحدد لتنفيذ النشاط.				
٨	يتواصل مع الآخرين بإيجابية.				

٢) أداة التقويم الخاصة بنتائج التعلم الخاصة بالدرس:

استراتيجية التقويم: التقويم المعتمد على الأداء.

أداة التقويم: قائمة شطب.

الرقم	الأداء	نعم	لا
١	يتعرّفُ مفهومَ الجرائمِ الإلكترونية.		
٢	يتعرّفُ أنواعَ الجرائمِ الإلكترونية.		
٣	يتعرّفُ طرائقَ مكافحةِ الجرائمِ الإلكترونية.		

الدرس الخامس التسويق الإلكتروني

نَتَاجُاتُ التَّعْلِمِ الْخَاصَّةُ بِالدُّرْسِ :

يُتَوقَّعُ مِنَ الطَّالِبِ بَعْدِ اِنْتِهَايَةِ هَذَا الدُّرْسِ أَنْ يَكُونَ قَادِرًا عَلَى:

- تَعْرِفُ مَفْهُومَ التَّسْوِيقِ الْإِلْكْتَرُونِيِّ.
- تَحْدِيدِ فَوَائِدِ التَّسْوِيقِ الْإِلْكْتَرُونِيِّ.
- اسْتِنْتَاجِ أَدَوَاتِ التَّسْوِيقِ الْإِلْكْتَرُونِيِّ.
- تَحْدِيدِ خَطُوَاتِ الشَّرَاءِ الْإِلْكْتَرُونِيِّ.

المَفَاهِيمُ وَالْمَصْطَلِحَاتُ :

- التَّسْوِيقُ الْإِلْكْتَرُونِيُّ.
- التَّسْوِيقُ الْإِلْكْتَرُونِيُّ.

أَسَالِيبُ التَّدْرِيسِ :

- الْعَمَلُ الْجَمَاعِيُّ.
- التَّدْرِيسُ الْمُبَاشِرُ.
- أُورَاقُ الْعَمَلِ.
- الْقَصَّةُ.

أَوَّلًا، مَفْهُومُ التَّسْوِيقِ الْإِلْكْتَرُونِيِّ.

يُعَدُّ التَّسْوِيقُ أَهْمَّ عوَامِلِ النِّجَاحِ وَالْاِنْتَشَارِ لِلْمُنْتَجَاتِ وَالْمَعْلُومَاتِ، وَقَدْ أَصْبَحَ التَّسْوِيقُ عَنْ طَرِيقِ شَبَكَةِ الإِنْتَرْنَتِ، أَوْ مَا يُعْرَفُ بِالتَّسْوِيقِ الْإِلْكْتَرُونِيِّ مَتَاحًا لِلْجَمِيعِ، بِحِيثُ يُمْكِنُ لِلْمُسْتَهَلِكِ اخْتِيَارُ مَا يَرْغُبُ مِنَ الْمُنْتَجَاتِ الَّتِي يَبْحَثُ عَنْهَا فِي دَقَائِقِ مَعْدُودَاتٍ، وَطَلْبُهَا لِتَحْصُلَ إِلَيْهِ فِي أَسْرَعِ وَقْتٍ، وَأَسْهَلِ طَرِيقَةٍ. وَبِالْمِثْلِ، فَقَدْ أَخَذَتِ الشَّرْكَاتُ تُسْتَخِدُ التَّسْوِيقَ الْإِلْكْتَرُونِيَّ فِي التَّرْوِيجِ لِمُنْتَجَاتِهَا؛ مَا أَسْهَمَ فِي الْاِنْتَشَارِ السَّرِيعِ لِهَذِهِ الْمُنْتَجَاتِ فِي مُخْتَلِفِ أَنْحَاءِ الْعَالَمِ، وَقَدْ سَاعَدَهَا عَلَى ذَلِكَ انْخِفَاضُ تَكْلِفةِ هَذَا النَّوْعِ مِنَ التَّسْوِيقِ الَّذِي مَكَّنَهَا مِنْ دُخُولِ أَسْوَاقٍ كَثِيرَةٍ، وَجَذْبِ مُسْتَهَلِكِينَ جُدُدٍ.

النشاط (١) التسويق الإلكتروني.

الهدف:

يهدف هذا النشاط إلى تعرف التسويق الإلكتروني.

التعليمات:

- وُجِّهَ الْطَّلَبَةُ إِلَى الْعَمَلِ بِصُورَةٍ فَرْدِيَّةٍ.
 - اطْلُبْ إِلَى الْطَّلَبَةِ قِرَاءَةَ الْحَالَةِ الْآتِيَّةِ، ثُمَّ الإِجَابَةَ عَنِ الْأَسْئَلَةِ الَّتِي تَلِيهَا:
- « تعمل فاطمة في محل صغير متخصص في تنسيق الأزهار المناسبات والأفراح. وبالرغم من رضا الزبائن الذين يتعاملون معها، وثنائهم المستمر على جودة منتجاتها، فإن عددهم كان قليلاً. خطرت لفاطمة فكرة يمكنها جذب عدد أكبر من الزبائن؛ إذ عمدت إلى تصوير بعض التنسيقات التي جهزتها سلفاً، ثم نشرتها على صفحتها في موقع التواصل الاجتماعي فيسبوك (facebook)؛ تسويقاً لمنتجاتها الإلكترونيّاً، ورغبةً في وصولها إلى أكبر عدد من الأشخاص. وقد كتبت عباراتٍ جاذبةً بينت فيها أنها تنسّق الأزهار بطريقة جميلة، وتبيعها بأسعار مناسبة.

بعد وقت قصير، لاحظت فاطمة أن الإقبال على منتجاتها قد زاد أكثر من ذي قبل، فأخذت تقدم عروضاً متنوعةً لجذب زبائن أكثر، وقد اشتغلت العروض على شراء تنسيقة واحدة من الأزهار ذات الحجم الكبير بمبلغ ١٥ ديناراً، والحصول على واحدة أخرى صغيرة مجاناً، أو شراء تنسيقتين اثنتين من الأزهار ذات الحجم الكبير بمبلغ ٢٥ ديناراً بدلاً من ٣٠ ديناراً. وفي نهاية المطاف، استطاعت فاطمة جذب الكثير من الزبائن من مختلف مناطق المملكة، وعملت على توسيع محلها، وتوظيف بعض الأفراد لمساعدتها في أعمال تنسيق الأزهار، وتوزيعها على الزبائن».

١- ما مجال عمل فاطمة؟

٢- هل كان لديها زبائن كثيرون؟ وماذا؟

- ٣- فِيمَ فَكَرْتُ فاطمَةُ لجذبِ الزبائنِ؟
- ٤. ما المقصودُ بالتسويقِ الإلكترونيِّ؟
- ٥. ما فوائدُ التسويقِ الإلكترونيِّ؟
- ٦. ما الطرائقُ التي استخدَمتُها فاطمَةُ في عرضِ منتجاتِها إلكترونيًّا؟
- ٧. هل توجَدُ طرائقُ أخرىٍ يُمْكِنُ استعمالُها لعرضِ المنتجاتِ إلكترونيًّا؟
- ٨. اذْكُرْ ما تعرَفُهُ مِنْ أدواتِ التسويقِ الإلكترونيِّ، مُبِينًا آلياتِ التسويقِ بهذهِ الأدواتِ.
- وزعُ الطلبةَ إلى أربعِ مجموعاتِ.
- اطلبُ إلى أفرادِ كلِّ مجموعةٍ استنتاجً أكبرَ قدرِ ممكِنٍ مِنْ أدواتِ التسويقِ الإلكترونيِّ، مُوضِحِينَ طرائقَ التسويقِ بهذهِ الأدواتِ.
- اطلبُ إلى كلِّ مجموعةٍ عرضً تعرِيفَها على المجموعاتِ الأخرىِ.
- وضُّحْ للطلبةِ ما يأتي:

التسويقُ الإلكترونيُّ: هو طريقةٌ لترويجِ المنتجاتِ إلكترونيًّا باستخدامِ شبكةِ الإنترنتِ بهدفِ الوصولِ إلى العملاءِ الذينَ تقدَّمُ لهمْ هذهِ المنتجاتُ.

فوائدُ التسويقِ الإلكترونيِّ:

- ١- استقطابُ الزبائنِ: يساعدُ انتشارُ شبكةِ الإنترنتِ في معظمِ أنحاءِ العالمِ على جذبِ زبائنَ جددٍ.
- ٢- خفضُ التكاليفِ: يشملُ ذلكَ تقليلَ عددِ الموظفينَ، والحدَّ منْ تكاليفِ السفرِ والطباعةِ.
- ٣- تعزيزُ التنافسِ بينَ الشركاتِ: يتيحُ التسويقُ الإلكترونيُّ للزبائنِ حريةَ الاطلاعِ على مختلفِ المنتجاتِ، واختيارَ أفضلِها؛ ما يزيدُ حدةَ التنافسِ بينَ الشركاتِ المنتجةِ على جذبِ الزبائنِ.
- ٤- رضا العملاءِ: يسعى البائعونَ إلى تحقيقِ رغباتِ العملاءِ إلكترونيًّا، وتلبيةِ حاجاتهمُ، والإجابةِ عنِ استفساراتِهمِ سريعاً.
- ٥- خفضُ سعرِ المنتجِ: يعزى ذلكَ إلى عواملَ عدَّةٍ، أهمُّها تخفيضُ التكاليفِ في الأسواقِ الإلكترونيةِ،

مُمَثَّلةً في تكاليف الإنتاج، وتكاليف التسويق والنقل، وتكاليف الطباعة والتغليف والسفر.

٦- استحداث قنوات توزيع جديدة: لما كان التفاعل بين طرفي عملية التبادل يتم من دون وسطاء، فقد ظهرت شركات تعمل على تسهيل عملية التبادل بين البائعين والمشترين. ويطلق على هذه الشركات اسم وسطاء الأسواق الإلكترونية؛ إذ يتولون تحديد أهم الفرص والمنافع التي يحققها التسويق الإلكتروني لكل من الشركات والعملاء.

أدوات التسويق الإلكتروني:

١- التسويق بوساطة محركات البحث: يمكن للمستهلك أن يبحث عن المنتجات باستخدام محركات البحث التي أشهرها: جوجل (Google.com)، وياهو (Yahoo.com).

٢- التسويق عن طريق شبكات التواصل الاجتماعي: يمكن للبائع استقطاب العملاء والزبائن باستخدام المنتديات، وموقعه الإلكتروني في وسائل التواصل الاجتماعي، مثل: فيسبوك (Facebook.com)، ولينكد إن (LinkedIn.com).

٣- التسويق الإلكتروني بوساطة التناقل الإلكتروني: يقصد بذلك نقل الرسائل التسويقية تلقائياً عبر موقع التواصل الاجتماعي، بمجرد الضغط مثلاً على خصيصتي إعجاب (Like)، ومشاركة (Share) في موقع التواصل الاجتماعي فيسبوك (facebook).

٤- التسويق باستخدام الرسائل الإلكترونية: تمتاز هذه الأداة بالفاعلية والتكلفة القليلة، وقد تتضمن النصوص، والصور، ومقاطع الفيديو والصوت، وغير ذلك.

٥- التسويق بوساطة الهاتف المحمول: يقصد بذلك إيصال المعلومة المتعلقة بمُنتَج ما إلى الزبائن عن طريق مراسلتهم عبر هواتفهم المحمولة باستخدام التقنيات المتاحة، مثل إرسال الرسائل النصية والرسائل الصوتية عن طريق تطبيق واتس آب (Whatsapp).

ثانياً: خطوات الشراء الإلكتروني.

أسهم التسويق الإلكتروني في توفير الوقت والجهد على المستهلكين، وساعدتهم على تعرف نوعية المنتجات المطروحة في السوق. وهو يقوم على جملة من المتطلبات التي يجب توفيرها؛ ليتمكن المستهلك من التعامل الأمثل مع هذا النوع من التسوق، إلى جانب مجموعة من النصائح الخاصة بالتسوق التي يتعين عليه الالتزام بها؛ ليتمكن من إتمام عملية الشراء الإلكتروني بصورة صحيحة، بعيداً عن المخاطر والمعوقات.



الشراء الإلكتروني.

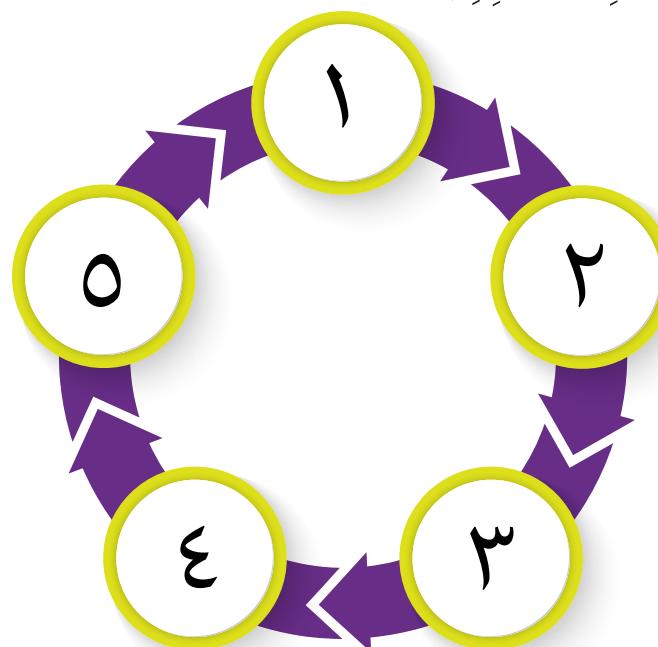
النشاط
(١)

يهدف هذا النشاط إلى تعرُّف خطوات الشراء الإلكتروني.

الهدف:

التعليمات:

- وزع الطلبة إلى مجموعات.
- اطلب إلى أفراد كل مجموعة ترتيب خطوات الشراء الإلكتروني المبينة أدناه، بعد قصّها ثم لصقها في أماكنها الصحيحة كما في الشكل (١-٤).
- اطلب إلى كل مجموعة عرض نتائجها على المجموعات الأخرى.
- اطلب إلى كل مجموعة مناقشة الإجراءات المتعلقة بكل خطوة من خطوات الشراء الإلكتروني.
- نقِّش أفراد المجموعات في نتائجهم.



الشكل (٢-٤) : خطوات الشراء الإلكتروني.

البطاقاتُ المرادُ قصُّها (خطواتُ الشراءِ الْإِلْكْتَرُونِيِّ):

إِرْسَالُ النَّمُوذِجِ
إِلَى الْمُسْتَهْلِكِ.

مُلْءُ
نَمُوذِجِ الْطَّلْبِ.

إِرْسَالُ النَّمُوذِجِ
إِلَى شَرْكَةِ
الشُّحْنِ.

بِيَانَاتُ الدَّفَعِ
الْإِلْكْتَرُونِيِّ.

إِعْدَادُ نَمُوذِجِ
(طَلْبِ)
الشَّرَاءِ.

- وضُّح للطلبة ما يأتي:
خطوات الشراء الإلكترونيٌّ:

- ١- إعداد نموذج (طلب) الشراء: يجب توفير نموذج لطلب الشراء حتى يتسلّى للمشتري طلب المنتج الذي نال إعجابه لحظة اختياره له.
- ٢- ملء نموذج الشراء أو التسجيل: يملأ المشتري النموذج الذي يعرفه بطرائق الدفع والشحن والتوصيل، ويختار طريقة الدفع التي تتناسبُّ، أو التسجيل في المتجر الإلكتروني المراد الشراء منه ومن ثم القيام بعملية الشراء من خلال حسابه الذي فتحه في المتجر الذي يمتلك السلعة المختارة.
- ٣- بيانات الدفع الإلكترونيٌّ: تكتمل عملية دفع المشتري لثمن المنتج الذي اختاره لحظة إدخاله بيانات بطاقة الائتمان، أو استخدامه أي وسيلة دفع إلكترونية يُوفّرها المتجر الإلكتروني.
- ٤- إرسال النموذج إلى شركة الشحن: يجري تصدير طلب المشتري إلى شركة الشحن التي اختارها.
- ٥- إرسال النموذج إلى المستهلك: تُرسل شركة الشحن المنتج إلى المكان الذي يحدّده المشتري، وتسلمه إياه.

والشكل (٢-٤) الآتي يوضّح هذه الخطوات:



الشكل (٢-٤) : خطوات الشراء الإلكترونيٌّ.

١- وضُّحَ المقصود بالتسويق الإلكتروني.

التسويق الإلكتروني: هو طريقة لترويج المنتجات إلكترونياً باستخدام شبكة الإنترنت بهدف الوصول إلى العملاء الذين تقدم لهم هذه المنتجات.

٢- ناقش العبارة الآتية: «التسويق الإلكتروني يسهم في خفض سعر المنتج».

التسويق الإلكتروني يسهم في خفض سعر المنتج، ويعزى ذلك إلى عوامل عدّة، أهمها تخفيض التكاليف في الأسواق الإلكترونية، ممثلاً في تكاليف الإنتاج، وتكاليف التسويق والنقل، وتكاليف الطباعة والتغليف والسفر. ومن الأمور التي تسهم في تخفيض الأسعار ارتفاع المنافسة بين الشركات التي تعرض منتجاتها على شبكة الإنترنت؛ ما يسهل على المستهلك المقارنة بين الأسعار المعروضة. يضاف إلى ذلك أن التسويق الإلكتروني يختصر العديد من منافذ التوزيع، وعدد الموظفين اللازم لترويج السلع والخدمات؛ مما يسهم في خفض سعر المنتج.

٣- عدّد أهم أدوات التسويق الإلكتروني.

- التسويق بوساطة محركات البحث.

- التسويق عن طريق شبكات التواصل الاجتماعي.

- التسويق الإلكتروني بوساطة التناقل الإلكتروني.

- التسويق باستخدام الرسائل الإلكترونية.

- التسويق بوساطة الهاتف المحمول.

٤- اذكر خطوات عملية الشراء عن طريق الإنترنت.

أ- زيارة الموقع الإلكتروني الذي يراد شراء المنتج منه، أو البحث مباشرةً عن المنتج باستخدام محركات البحث.

ب- تسجيل دخول المستهلك إلى حسابه الخاص بموقع الشراء، أو إنشاء حساب جديد في الموقع، ثم إتمام عملية الشراء باختيار المنتج، وتحديد طريقة الشحن.

ج- تحديد إجراءات الدفع باختيار الوسيلة والبطاقة المناسبتين للدفع، ثم الحصول على ملخص لعملية الشراء، وانتظار وصول المنتج إلى المنزل.

١) أداة التقويم الخاصة بالعمل على أنشطة الدرس:

استراتيجية التقويم: الملاحظة.

أداة التقويم: سلم تقيير عددي.

الرقم	الأداء	ممتاز	جيد جدًا	جيد	مقبول
١	يُظهر افتتاحاً على مظاهر العالم المعاصر.				
٢	يستخدم المصطلحات والمفاهيم الوارد ذكرها في الدرس.				
٣	يطرح أفكاراً إبداعية.				
٤	يستخدم خرائط مفاهيمية لاستيعاب المعلومات.				
٥	يربط التعلم بواقع الحياة.				
٦	يلتزم بتنفيذ النشاط تبعاً للتعليمات (فردياً، زوجياً، جماعياً).				
٧	يلتزم بالوقت المحدد لتنفيذ النشاط.				
٨	يتواصل مع الآخرين بإيجابية.				

٢) أداة التقويم الخاصة بنتائج التعلم الخاصة بالدرس:

استراتيجية التقويم: الملاحظة.

أداة التقويم: سلم تقيير عددي.

الرقم	الأداء	ممتاز	جيد جدًا	جيد	مقبول
١	يتعرّفُ مفهوم التسويق الإلكتروني.				
٢	يحدّدُ فوائد التسويق الإلكتروني.				
٣	يوضح أدوات التسويق الإلكتروني.				
٤	يحدّد خطوات الشراء الإلكتروني.				

الدرس السادس أنظمة الدفع الإلكتروني

٦

نتائج التعلم الخاصة بالدرس:

يُتوقع من الطالب بعد انتهاء هذا الدرس أن يكون قادرًا على:

- تحديد مكونات عملية الدفع الإلكتروني.
- تمييز أنظمة الدفع الإلكتروني.

المفاهيم والمصطلحات:

- الدفع الإلكتروني.
- بطاقة الدفع الإلكترونية.

أساليب التدريس:

- العمل الجماعي.
- دراسة حالة.
- التدريس المباشر.
- أوراق العمل.

أدى اتساع نطاق العمليات التجارية الإلكترونية إلى نشوء ما يُسمى أنظمة الدفع الإلكتروني؛ وهي مجموعة من البرمجيات تتيح للمستفيد منها شراء منتج، ودفع قيمته إلكترونياً، وذلك باقتطاع مبلغ مالي من الحساب البنكي للمشتري، أو استخدام بطاقات الدفع المختلفة التي يتعامل بها المشتري مع المؤسسات غير البنكية.

تقوم منظومة الدفع الإلكترونية على مجموعة من القواعد والقوانين التي تكفل السرية والحماية لإجراءات الشراء، وضمان وصول المنتج إلى المشتري.



عناصر عملية الدفع الإلكتروني.

النشاط
(١)

يهدف هذا النشاط إلى تعرّف عناصر عملية الدفع الإلكتروني.

الهدف:

التعليمات:

- وزع الطلبة إلى خمس مجموعات.
- اطلب إلى كل مجموعة مناقشة عنصر واحد عملية الدفع الإلكتروني كالتالي:
 - المجموعة الأولى: عنصر الزبون.
 - المجموعة الثانية: عنصر التاجر.
 - المجموعة الثالثة: عنصر المصدر الخاص بعملية الدفع.
 - المجموعة الرابعة: عنصر التعليمات والقوانين.
 - المجموعة الخامسة: عنصر وسيلة الدفع المتبعة.
- اطلب إلى كل مجموعة بيان مدى ارتباط هذا المكون بعملية الدفع الإلكتروني.
- اطلب إلى كل مجموعة عرض ما توصلت إليه على المجموعات الأخرى.
- وضح للطلبة ما يأتي:

عناصر عملية الدفع الإلكتروني :

- ١- الزبون (المشتري، الدافع): الجهة التي تتولى عملية الدفع الإلكتروني لقاء الحصول على المنتج.
- ٢- التاجر (البائع، المستفيد): الجهة التي تتسلّم القيمة (النقد) لقاء بيعها المنتج إلكترونياً.
- ٣- المصدر: المؤسسات المالية غير البنكية التي تعمل على تشغيل الصفقات، وتحويلها إلى الحسابات البنكية، وتعد هذه المؤسسات الطرف الثالث في عملية التسويق الإلكتروني، من مثل: (Cyber Cash).

٤- التعليماتُ والقوانينُ: يقصدُ بذلكَ الإجراءاتُ القانونيةُ ولوائحُ التعليماتِ التي تحدّدُ المسؤولياتِ، وعلاقةَ الأفرادِ بالمؤسساتِ في أثناءِ عمليةِ الدفعِ الإلكتروني.

٥- أداةُ (وسائلُ) الدفعِ: الوسائلُ التي تمكّنُ الزبائنَ منْ تحويلِ الأموالِ إلى التجارِ.



بطاقاتُ الدفعِ الإلكتروني.

النشاطُ (٢)

يهدفُ هذا النشاطُ إلى تمييزِ بطاقاتِ الدفعِ الإلكترونيِ بعضُها منْ بعضِ.

الهدفُ:

التعليماتُ:

- وزعُ الطلبةَ إلى ثلاثِ مجموعاتِ.

- وزعُ على كلِّ مجموعةٍ ورقة عملٍ تمثل دراسةً حالةً لمناقشتها، وتلخيصِ اللازمِ وفقاً لما يأتي:

- نوعُ البطاقةِ المستخدمةِ.

- مزايا استخدامِ البطاقةِ.

- نوعُ الرصيدِ المتوافرِ في البطاقةِ.

- طريقةُ الدفعِ عندَ الشراءِ باستخدامِ البطاقةِ.

- طريقةُ سدادِ العميلِ للبنكِ.

- بعدَ الانتهاءِ منْ دراسةِ الحالةِ، اطلبُ إلى كلِّ مجموعةٍ عرضَ الحالةِ التي ناقشتُها، ثمَّ بيانَ النتائجِ التي توصلَتُ إليها.

- اطلبُ إلى كلِّ مجموعةٍ عرضَ ما توصلَتُ إليهِ على المجموعاتِ الأخرى.

تعمل رهام في شركة تجارية براتب ٦٠٠ دينار شهرياً. ولما كان العمل في الشركة ينتهي الساعة الرابعة عصراً؛ أي بعد انتهاء دوام البنوك الرسمي، فقد اعتادت المغادرة في أثناء العمل عند حاجتها إلى سحب مبلغ من راتبها، وتعذر عليها في كثير من الأحيان شراء حاجياتها لعدم توافر ما يكفي من النقود معها. أشار إليها فادي أن تحصل على بطاقة الخصم (Debit card) لحل مشكلتها، فذهبت إلى البنك، والتقت أحد الموظفين، ودار بينهما الحوار الآتي:

الموظف: أهلا بك يا آنسة، كيف أستطيع مساعدتك؟

Raham: مرحباً، أود الحصول على بطاقة (Debit card).

الموظف: هل لديك حساب باسمك في البنك؟

Raham: نعم، لدى حساب الراتب، فهل يمكنني الحصول عليها؟

الموظف: نعم، يمكنك ذلك.

Raham: لكنني لا أعرف شيئاً عن مزايا هذه البطاقة، فهل لك أن تطلعني عليها؟

الموظف: نعم، يُمنح الشخص هذه البطاقة إذا كان لديه حساب في البنك، ويمكنه استخدام الرصيد المتوافر فيها متى شاء.

Raham: كيف ذلك؟

الموظف: يستطيع حامل البطاقة (العميل) إجراء عمليات السحب منها باستخدام آلات الصراف الآلي، ودفع فاتورة مشترياته بخصم قيمة الفاتورة من حسابه البنكي بكل يسر وسهولة.

Raham: هل يمكن للعميل دفع قيمة فاتورة المشتريات بغض النظر عن المبلغ؟

الموظف: نعم، يمكنه ذلك، ولكن شريطة لا تتجاوز قيمة الفاتورة الرصيد المتوافر في حسابه البنكي.

Raham: هل يتعين على العميل بعد إتمام عملية الشراء القدوم إلى البنك لخصمه من حسابه؟

الموظفُ: لا يا آنسة، فعند الانتهاء من عملية الشراء تحوّل قيمة المشتريات إلى البائع مباشرةً بوساطة البطاقة؛ أي إنَّ الخصم يتمُّ مباشرةً من الحساب الجاري للعميل، بحيث يتسلّم البائع قيمة المشتريات بتحويل المبلغ له من البنك مباشرةً.

رهام: ولكن، إذا لم يتوافر رصيد كافٍ في الحساب الجاري، فماذا يحدث؟

الموظفُ: لا يمكن للعميل إتمام عملية الشراء في حال عدم توافر رصيد في حسابه البنكي، أو عدم كفيته؛ إذ ترفض عملية الدفع الإلكتروني، فتلغى عملية الشراء.

رهام: هل لك أن توضّح لي هذا الأمر بتفصيل أكثر؟

الموظفُ: نعم، إذا توافر مبلغ ١٢٠ ديناراً في الحساب البنكي الموصول بهذه البطاقة، فسيُخصّص منه ١٠٠ دينار عند الشراء بقيمة ١٠٠ دينار، ويصبح رصيد الحساب ٢٠ ديناراً فقط. وعند الشراء مرة أخرى بقيمة ٥٠ ديناراً، فإنَّ عملية الدفع الإلكتروني باستخدام هذه البطاقة ستُظهر عدم كفاية الرصيد، فترفض البطاقة، ويتعدّر على العميل إتمام عملية الشراء.

رهام: حسناً، لقد فهمت ذلك جيداً.

الموظفُ: هل لديك استفسارات أخرى؟

رهام: نعم، هل يترتب على استخدام البطاقة أي فوائد؟

الموظفُ: لا، لا تفرض أي فوائد على استخدامها.

رهام: لنبدأ الإجراءات اللازمة للحصول على البطاقة بعد إذنك.

الموظفُ: حسناً.

ورقة عمل (٤-١) دراسة حالة ١.

يعمل صالح موظفاً في إحدى المؤسسات الحكومية براتب شهريٌ مقداره ٥٠٠ دينار، وهو يعيش زوجةً وأطفالاً، ولديه الكثير من الالتزامات والمصروفات الشهرية التي يصل مجموعها ٣٥٠ ديناراً، فلا يبقى من الراتب سوى ١٥٠ ديناراً للمصروف الشخصي. أراد صالح شراء جهاز حاسوب بمبلغ ٨٠٠ دينار، ولكنه لا يستطيع دفع هذا المبلغ مرّة واحدة، ولم يتمكّن من الاتفاق مع البائع على دفع ثمن الجهاز بصورة أقساط شهرية منتظمة، فاقتراح عليه والده أن يذهب إلى البنك الذي يتعامل معه، ويطلب إليه الحصول على إحدى البطاقات الائتمانية (Credit card). في اليوم التالي ذهب صالح إلى البنك، واتفق أحد الموظفين، وسأله عن كيفية الحصول على بطاقة ائتمانية، ودار بينهما الحوار الآتي:

الموظف: أهلاً بك، كيف أستطيع خدمتك؟

صالح: أريد الحصول على بطاقة ائتمانية (Credit card)؟

الموظف: هل تعرف مزايا هذه البطاقة، وكيفية استخدامها؟

صالح: لا، أرجو أن توضّح لي ذلك.

الموظف: حسناً، يمنحك البنك حامل هذه البطاقة (العميل) تسهيلات ائتمانية (قرض صغير)، بحيث يمكنه الشراء ضمن رصيد البطاقة.

صالح: كيف تُستخدم هذه البطاقة؟

الموظف: يمكن لحامل البطاقة أن يستخدمها في إتمام عمليات الشراء التي يريد، بحيث يكون الدفع من الرصيد المتوافر فيها، فيُخصم الثمن مباشرةً من رصيد البطاقة الكلي.

صالح: هذا يعني أن حامل البطاقة يستطيع التصرف برصيدها الذي منحه إياه البنك.

ولكن، كيف تكون عملية السداد للبنك؟

الموظف: أجل، ما قلته صحيح؛ فالعميل يدفع ثمن مشترياته من رصيد البطاقة الذي يمنحه إياه البنك، ويمكنه تسديد كامل المبلغ المسحوب من البطاقة، أو جزء منه بصورة دفعات منتظمة بحسب الاتفاق مع البنك.

صالح: هل يستطيع العميل اختيار طريقة السداد التي تناسبه؟
الموظف: نعم، يستطيع ذلك.

صالح: هل يترتب على استخدام البطاقة أي فوائد؟
الموظف: إذا كان تسديد المبلغ المسحوب كاملاً (أي بنسبة ١٠٠٪) فإنه لا يترتب على ذلك أي فوائد، ولكن في حال كان التسديد بصورة دفعات شهرية فإن العميل يدفع فوائد بحسب النسبة التي اتفق عليها مع البنك.

صالح: حسناً، ولكن إذا كان التسديد يتم بصورة دفعات شهرية، ولم يتمكن العميل من السداد في الوقت المحدد، فماذا يحصل؟

الموظف: عندئذ توجل الدفعة الحالية إلى الشهر الذي يليه، ويترتب على ذلك فوائد مالية (غرامات تأخير) تضاف إلى قيمة الدفعة المتفق عليها، ولكن في حال الانتظام في تسديد الدفعات فلا يلزم العميل بدفع أي فوائد إضافية.

صالح: حسناً، لنبدأ الإجراءات اللازمة للحصول على البطاقة.
الموظف: على الرحب والسعفة.

ورقة عمل (٤-٢) دراسة حالة ٢.

قررت ميسم أن تحصل على بطاقة دفع إلكتروني من أحد البنوك لتمكن من دفع أثمان مشترياتها من دون أن تُضطر إلى حمل النقود، فتوجهت إلى البنك، واستفسرت من أحد الموظفين عن إمكانية الحصول على هذه البطاقة، ودار بينهما الحوار الآتي:

ميسم: مرحباً، هل يمكنني الحصول على إحدى بطاقات الدفع الإلكترونية؟

الموظف: أهلاً وسهلاً، دعني ببداية أستوضح منك: هل لديك حساب جاري في البنك؟

ميسم: لا، لا أملك أي حساب في البنك.

الموظف: هل تعملين في وظيفة ما؟

ميسم: لا، لا أعمل في أي وظيفة.

الموظف: هل لديك دخل مالي؟

ميسم: نعم، فأنا أملك شقة سكنية، وأحصل على مبلغ ٣٥٠ ديناً شهرياً من إيجارها.

الموظف: هل لديك إثبات على ذلك الدخل؟

ميسم: نعم، لدى عقد الإيجار.

الموظف: حسناً، أقترح عليك التقدم بطلب إصدار بطاقة التسجيل على الحساب (Card Charge).

ميسم: ما طبيعة هذه البطاقة؟

الموظف: يمنح البنك حامل البطاقة قرضاً صغيراً محدوداً، يمكن الإفادة منه مدة زمنية محددة، بحيث يستطيع العميل استخدام البطاقة في التسوق والشراء، والدفع فوراً إلى البائع.

ميسم: من الذي يدفع إلى البائع؟

الموظف: البنك هو الذي يدفع قيمة المشتريات حال وصول الفاتورة من البائع.

ميسم: ماذا يتربّ على العميل لقاء ذلك؟

الموظف: يتعين على العميل عندئذ التسديد لاحقاً للبنك ضمن المدة الزمنية المحددة.

ميسم: هل يوجد حد أعلى للشراء بهذه البطاقة؟

الموظف: نعم، يوجد سقف أعلى للشراء بالبطاقة يحدده الاتفاق الموقع بين العميل والبنك.

ميسم: هل يتربّ على استخدام البطاقة أي فوائد؟

الموظف: لا، لا يتربّ على استخدام البطاقة أي فوائد.

ميسم: هل يمكن للعميل تأجيل سداد المبلغ بعد المدة التي اتفق عليها مع البنك؟

الموظف: لا، لا يمكنه تأجيل عملية السداد؛ إذ إنه ملزم بدفع قيمة الفاتورة حالما يصدرها البائع، ويرسلها إلى البنك.

ميسم: لنبدأ الإجراءات اللازمة للحصول على البطاقة بعد إذنك.

الموظف: حسناً.

أنظمة الدفع الإلكتروني :

- الدفع الإلكتروني: منظومة متكاملة من النظم والبرامج التي توفرها المؤسسات المالية والمصرفية، بهدف تسهيل إجراء عمليات الدفع الإلكتروني الآمنة. وتعمل هذه المنظومة ضمن مظلة من القواعد والقوانين التي تكفل السرية والحماية لإجراءات الشراء، وضمان وصول المنتج إلى المشتري.
- بطاقات الدفع الإلكتروني: بطاقات بلاستيكية تحتوي على معلومات رقمية تستخدم في أغراض الشراء، ويوجد منها أنواع عدّة، أبرزها:

أ- البطاقة المدنية : (Debit Card) بطاقة يصدرها البنك، وتكون مرتبطة بالحساب الجاري للعميل في البنك الذي أصدر البطاقة. وقد تصدر المؤسسات المالية الأخرى هذا النوع من البطاقات شريطة إيداع العميل مبلغاً من المال لدى المؤسسة المالية المصدرة للبطاقة. ويمكن للعميل شراء حاجاته من أي مكان، ودفع قيمتها باستخدام هذه البطاقة عن طريق الالات الإلكترونية المتوافرة في المحال التجارية، بحيث تخصم قيمة المشتريات من رصيد بطاقة العميل.

يتطلب استخدام هذه البطاقة إدخال العميل الرقم الخاص بالبطاقة، ولا يسمح باتمام عملية الشراء إذا قلل رصيد الحساب المرتبط بالبطاقة عن قيمة الشراء. وكلما استخدم العميل البطاقة خصم من رصيد الحساب المرتبط بها؛ إذ يتولى البنك أو المؤسسة المالية المصدرة للبطاقة السحب مباشرةً من حسابه لسداد قيمة الفاتورة التي تردد من التاجر. هذه البطاقة تُشبه بطاقة الصراف الآلي (ATM) التي درستها في الصف الثامن، ويمكن الاختلاف بينهما في أن بطاقة الصراف الآلي تتيح للعميل فقط إجراء عمليات السحب.

ب- بطاقة الائتمان : (Credit Card) بطاقة تصدر عن البنك أو أي مؤسسة مالية يتعامل معها العميل، وتمكنه من شراء المنتجات من الأماكن المختلفة، وهي لا تشترط توافر رصيد للعميل في حسابه الخاص.

تقوم فكرة البطاقة على إيداع البنك أو المؤسسة المالية (مصدر البطاقة) مبلغاً من المال من حساب البنك في الحساب الشخصي للعميل ضمن تسهيلات ائتمانية (عملية أشبه بالقرض). ويستطيع العميل استخدام هذه البطاقة في شراء مستلزماته ثم التسديد لاحقاً بإحدى طرقتين؛ الأولى: دفع المبلغ الذي استخدمه في عملية الشراء كاملاً؛ أي بنسبة (١٠٠٪)، فلا يتربّع عليه أي فوائد مالية. والثانية: دفع المبلغ بصورة جزئية؛ أي بنسبة (٥٪، أو ١٠٪، أو ١٥٪، أو ٢٥٪)، عندئذ يلزム العميل بدفع فوائد مالية

مُتحقق عليها. وفي حال الاتّفاق على الدفع بصورة جزئية يُمكن للعميل دفع المبلغ بصورة دفعات منتظمة، فلا يترتب عليه غراماتٌ ماليةٌ، أو تسييده بتصوّر دفعاتٍ غير منتظمة، فيدفع غراماتٌ ماليةٌ محددةٌ عن كل يوم تأخيرٍ.

ج- بطاقة التسجيل على الحساب : Charge Card بطاقةٌ يصدرها البنك أو المؤسسة المالية للعميل، وهي تشبه البطاقة الائتمانية، غير أنَّ المدة ومبَلَغ السحب هنا مُحددةٌ. تتيح هذه البطاقة للعميل التسوق ثم التسديد في وقت لاحق؛ شريطة دفع مبلغ فاتورة الشراء كاملاً في الوقت المحدد المتفق عليه عند إصدار البطاقة، ولا يُمكن للعميل تدوير المبلغ إلى أي شهر آخر، ولا تفرض أيْ فوائد عليه؛ إذ إنَّ الجهة التي تصدر البطاقة تلزم العميل بدفع رسومٍ عند إصدارها، أو تجديدها.

البطاقات الذكية:

• البطاقات البلاستيكية: تحوي هذه البطاقات معلومات رقميةٌ تُسهم في الحد من عمليات التزوير التي تحدث عند استخدام البطاقات المغلفة العاديَّة، فضلاً عن توفيرها الوقت والجهد والتكلفة؛ إذ يُمكن استخدامها عن طريق الهواتف والحواسيب الشخصيَّة، وهي تصنف إلى ثلاثة أنواعٍ

أ- البطاقات التلامسية: يحتوي هذا النوع من البطاقات على شريحة من الشريط المغناطيسيِّي الموجود في القطعة الذهبيَّة التي تقع في مقدمة البطاقة بدلاً من الخلف. ويطلب استخدام البطاقة التلامسية إدخالها في الجهاز القاري لقراءة المعلومات.

ب- البطاقات عديمة التلامس: بطاقاتٌ شبِهُه ببطاقات الائتمان، غير أنها تحتوي على شريحة إلكترونيةٍ تتيح للبطاقة الاتصال بالقارئ من دون أي تلامس، وهي تُستخدم وقت الحاجة إلى إجراء المعاملات الخاصة بجمع الضرائب ونقلها بسرعة، وتقوم على تقنية التحقق من البطاقة لاسلكياً؛ فبدلاً من إدخال البطاقة في الجهاز القاري، يتم إمدادُها قريباً من السطح الخارجي للجهاز.

ج- البطاقات ذات الخصيصة المشتركة: تمتاز هذه البطاقات بإمكانية التواصل مع الجهاز القاري عن بعد، أو عن طريق الملامسة الفعلية، وتمزج بين التكنولوجيا التلامسية وغير التلامسية في آنٍ معاً.

في ما يأتي بعض الأمثلة على البطاقات الذكية:

أ- بطاقات الولاء: بطاقاتٌ تتيح لحامليها جمع نقاط مشترياتهم، ثم استبدال مكافآت بها من المصدر، مثل خصم نسبةٍ من تكاليف التسويق؛ على أن تستفيد الجهة التي تمنح الخصم من ذلك بثبيت اسمها على البطاقة لغرض الدعاية والترويج. ومن الأمثلة على هذا النوع من البطاقات بطاقة Shukran.

بـ- التطبيقات المالية: بطاقات تتيح لحامليها إجراء المعاملات المالية الشخصية باستخدام أجهزة الصراف الآلي أو شبكة الإنترنت، عن طريق وحدات قراءة البطاقات المتصلة بالحاسوب.

جـ- بطاقات التعريف الشخصية: بطاقات تُستخدم في مجال معين، مثل: بطاقات الهوية الشخصية، والتأمين الصحي، والرخصة، وبطاقات الطالب.

• البطاقات ذات القيمة المخزنة: تُشبه هذه البطاقات في عملها بطاقات الائتمان، وتُماثلها في الشكل، لكنها تختلف عنها من حيث تخزين القيمة النقدية فيها قبل الاستخدام. لا تحتوي هذه البطاقات على اسم حامليها، وعلى رقم حسابه البنكي، وتُخزن القيمة في رقائق (Chips)، وتكون محددة بمبلغ من المال. يستخدم هذا النوع من البطاقات في دفع ثمن المشتريات عن طريق شبكة الإنترنت، بحيث تتناقص قيمتها النقدية تدريجياً بصورة آلية كل مرّة تُستخدم فيها البطاقة حتى نفاد المبلغ المحدد لها. ومن الأمثلة عليها: بطاقات شحن الأجهزة الخلوية، وبطاقات المواصلات.

الشيكات التقليدية: يُماثل الشيك النقود من حيث التعامل، ويُسهم في تحقيق مصلحة اجتماعية مهمة؛ لأنّه يحدّ من مخاطر حمل النقود وتدالوها، ويُشجّع على إيداعها في البنوك. والشكل (١-٤) يوضح هذا النوع من الشيكات.



الشكل (١-٤) : الشيك التقليدي.

مواصفات الشيك:

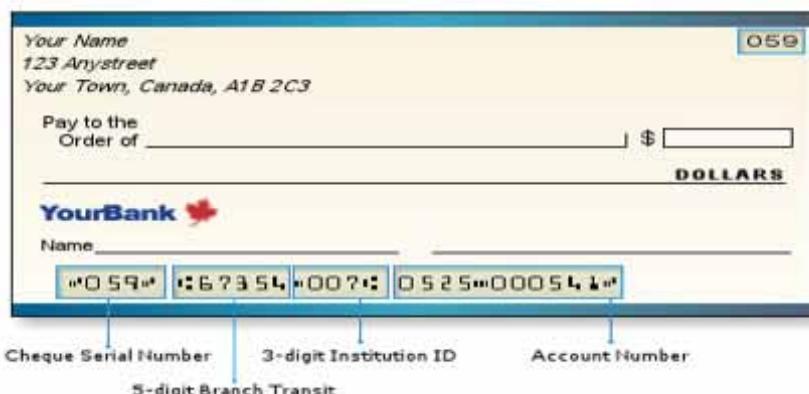
- يجب أن يتضمن الشيك البيانات الإلزامية الشكلية الآتية التي حدّتها قانون التجارة الأردني:
١. إدراج كلمة (شيك) في نص السند نفسه باللغة المستعملة لكتابته.
 ٢. عدم تعليق أمر الدفع بقيد أو شرط.
 ٣. كتابة اسم الشخص الذي يجب عليه الدفع (المسحوب عليه).
 ٤. تحديد المحل الذي يجب أن يتم فيه الدفع.
 ٥. كتابة التاريخ وال محل للذين أنشأ فيما الشيك.
 ٦. توقيع مصدر الشيك (الصاحب).

الشيكات الإلكترونية:

يعرف الشيك الإلكتروني بأنه رسالة إلكترونية مؤمنة يرسلها مصدر الشيك إلى مستلمه (حامِل الشيك) ليعتمد في البنك الذي يتعامل معه عن طريق شبكة الإنترنت، فيحول البنك أولاً قيمة الشيك المالية إلى حساب حامله، ثم يلغي الشيك، ويعيده إلكترونياً إلى المستلم؛ لتأكيد صرفه فعلياً. ويمكن لمستلم الشيك التحقق من تحويل المبلغ إلى حسابه إلكترونياً، انظر الشكل (٢-٤).

يمكن تلخيص عملية الدفع بالشيكات الإلكترونية في الخطوات الآتية:

١. حصول المشتري على نماذج لشيكات إلكترونية من البنك، بناءً على حساب يفتحه المشتري في البنك.
٢. بدء المشتري عملية الشراء وطلب السلعة؛ بأن يكتب شيكاً إلكترونياً موقعاً بصورة إلكترونية، ثم يرسله إلى البائع (التاجر) إلكترونياً.
٣. تتحقق التاجر من هوية المشتري، وهوية البنك.
٤. إرسال التاجر الشيك إلى البنك الخاص لإيداعه في الحساب.
٥. مقارنة بنك التاجر الشيك الصادر من بنك المشتري.
٦. تحويل بنك المشتري قيمة الشيك إلى بنك التاجر.



الشكل (٢-٤) : الشيك الإلكتروني.

طرق الدفع الإلكتروني في منظمات الأعمال:

تمثل طرق الدفع الإلكتروني في منظمات الأعمال في ما يأتي:

١. الاعتماد البنكي: تمنح البنوك المستفيدين (شركات، أو أشخاص) هذا الاعتماد الذي يمثل آلية مصرفية تسمح للمشترين بتقديم ضمانات وشروط آمنة للبائعين، تشمل تعهد البنك (الجهة المصدرة للاعتماد) بالدفع إلى البائع (المستفيد) نيابة عن المشتري (مقدم الطلب). تتضمن هذه العملية المراحل الآتية:

- اتفاق كل من المشتري والبائع على شروط معينة تشمل وسائل النقل، ومدة الائتمان، وأخر تاريخ شحن.
- تقديم المشتري للبنك بطلب رسالة الاعتماد، ثم دراسة البنك هذا الاعتماد.
- إرسال البنك (الجهة المصدرة للاعتماد) رسالة إلكترونية إلى بنك البائع باستخدام وسائل إلكترونية، إضافة إلى إرسال نسخة ورقية من الاعتماد الإلكتروني.
- تحقق البنك (الجهة المصدرة للاعتماد) من رسالة الاعتماد، ثم إبلاغ البائع بطريقة الدفع المتفق عليها سلفاً.
- تدقيق البائع قيمة الاعتماد البنكي في الاتفاقية التي عقدها مع المشتري، والتحقق من استيفاء جميع الشروط والمواصفات المطلوبة.
- شحن البائع السلع، ثم جمع الوثائق المطلوبة لتقديمها لمصرف البائع الذي يتولى تدقيق الوثائق ومطابقتها بالاعتماد.
- دفع البنك المبلغ المطلوب للبائع.

٢. بطاقات الشراء: تعد هذه البطاقات بديلاً عن بطاقات الدفع الإلكتروني، وتستخدم عندما تكون قيمة الشراء قليلة، حيث تصدرها الشركة للشخص المخول بعملية الشراء، وهي تشبه في عملها بطاقات الائتمان، وتحتاج إلى وجب دفع قيمة الشراء كاملة في نهاية كل شهر.

٣. الحوالة المصرفية: نظام دفع إلكتروني سريع يتيح إمكانية تسلّم الدفعات عن طريق خدمات تحويل الأموال، وذلك بتحصيلها من الوكيل المحلي للشركة المتعامل معها خلال يوم على الأكثـر. وهي تمتاز بسهولة نقل الأموال إلكترونياً، وسرعة الإنجاز؛ إذ لا حاجة إلى الانتظار في البنك لإجراء العمليات المصرفية، فضلاً عن توافر الخدمة على مدار الساعة.

١ - ما المقصود ببطاقات الدفع الإلكتروني؟

تُعرَّف بطاقات الدفع الإلكتروني بأنَّها بطاقات بلاستيكية تحتوي على معلومات رقمية تُستخدم في أغراض الشراء.

٢ - عدد عناصر عملية الدفع الإلكتروني.

- الزبون (المشتري، الدافع) : الجهة التي تتولى عملية الدفع الإلكتروني لقاء الحصول على المنتج.

- التاجر (البائع، المستفيد) : الجهة التي تتسلّم القيمة (النقد) لقاء بيعها المنتج الإلكتروني.

- المصدر: المؤسسات المالية غير البنكية التي تعمل على تنسيط الصفقات، وتحويلها إلى الحسابات البنكية، وتعد هذه المؤسسات الطرف الثالث في عملية التسويق الإلكتروني، من مثل: (Cyber Cash).

- المنظم: يقصد بذلك الإجراءات القانونية ولوائح التعليمات التي تحدد المسؤوليات، وعلاقة الأفراد بالمؤسسات في أثناء عملية الدفع الإلكتروني.

- أداة (وسائل) الدفع: الوسائل التي تمكن الزبائن من تحويل الأموال إلى التجار.

٣ - ما الفرق بين بطاقات الائتمان وبطاقات التسجيل على الحساب؟

- بطاقة الائتمان (Credit Card) : بطاقة تصدر عن البنك أو أي مؤسسة مالية يتعامل معها العميل، وتمكنه من شراء المنتجات من الأماكن المختلفة، وهي لا تشترط توافر رصيد للعميل في حسابه الخاص.

تقوم فكرة البطاقة على إيداع البنك أو المؤسسة المالية (مُصدر البطاقة) مبلغاً من المال من حساب البنك في الحساب الشخصي للعميل ضمن تسهيلات ائتمانية (عملية أشبه بالقرض). ويستطيع العميل استخدام هذه البطاقة في شراء مستلزماته ثم التسديد لاحقاً بإحدى طريقتين؛ الأولى: دفع المبلغ الذي استخدمه في عملية الشراء كاملاً؛ أي بنسبة (١٠٠٪)، فلا يتربّع عليه أي فوائد مالية. والثانية: دفع المبلغ بصورة جزئية؛ أي بنسبة (٥٪، أو ١٥٪، أو ٢٥٪)، عندئذ يلزِم العميل بدفع فوائد مالية

مُتفقٌ عليها. وفي حال الاتّفاق على الدفع بصورة جزئية يُمكّن للعميل دفع المبلغ بصورة دفعات منتظمة، فلا يترتب عليه غراماتٌ ماليةٌ، أو تسيّده بِصُورَةِ دفعاتٍ غير منتظمةٍ، فيدفع غرامةً ماليةً مُحددةً عن كل يوم تأخيرٍ.

- **بطاقة التسجيل على الحساب (Charge Card)**: بطاقةٌ يُصدرُها البنكُ أو المؤسسةُ الماليةُ للعميل، وهي تُشبهُ البطاقةَ الائتمانيةَ، غيرَ أنَّ المدَّةَ ومبلغَ السحبِ هنا مُحدَّدةٌ. تتيحُ هذهُ البطاقةُ للعميلَ التسوُّقَ ثمَّ التسديدَ في وقتٍ لاحقٍ؛ شريطةً دفع مبلغ فاتورة الشراءِ كاملاً في الوقت المُحدَّد المتفقٌ عليه عند إصدارِ البطاقة، ولا يُمكّن للعميلِ تدويرُ المبلغ إلى أيِّ شهرٍ آخرٍ، ولا تُفرضُ أيِّ فوائدٍ عليه؛ إذ إنَّ الجهةَ التي تُصدرُ البطاقةَ تلزمُ العميلَ بدفعِ رسومٍ عند إصدارِها، أو تجديدها.

١) أداة التقويم الخاصة بالعمل على أنشطة الدرس:

استراتيجية التقويم: الملاحظة.

أداة التقويم: سلم تدريب عددي.

الرقم	الأداء	ممتاز	جيد جدًا	جيد	مقبول
١	يُظهر افتتاحاً على التجارة الإلكترونية.				
٢	يستخدم المصطلحات والمفاهيم الوارد ذكرها في الدرس.				
٣	يدرس البائع دراسة موضوعية.				
٤	يُوظف التفكير الناقد في إصدار الأحكام.				
٥	يربط التعلم بواقع الحياة.				
٦	يستعمل المنظمات البصرية لترتيب المعلومات.				
٧	يلتزم بالوقت المحدد لتنفيذ النشاط.				
٨	يتواصل مع الآخرين بإيجابية.				

٢) أداة التقويم الخاصة بنتائج التعلم الخاصة بالدرس:

استراتيجية التقويم: الملاحظة.

أداة التقويم: سلم تدريب عددي.

الرقم	الأداء	ممتاز	جيد جدًا	جيد	مقبول
١	يُعرّف مفهوم الدفع الإلكتروني.				
٢	يُحدد مكونات الدفع الإلكتروني.				
٣	يُميز أنظمة الدفع الإلكتروني.				

١- عِرْفُ المصطلحاتِ والمفاهيمِ الاتية :

التجارة الإلكترونية (e-commerce): هي مجموعة متكاملة من عمليات البيع والشراء والتسويق للمنتجات والخدمات عن طريق شبكة الإنترنت.

التسويق الإلكتروني: هو طريقة لترويج المنتجات إلكترونياً باستخدام شبكة الإنترنت بهدف الوصول إلى العملاء الذين تقدم لهم هذه المنتجات.

أنظمة الدفع الإلكتروني: منظومة متكاملة من النظم والبرامج التي توفرها المؤسسات المالية والمصرفية، بهدف تسهيل إجراء عمليات الدفع الإلكتروني الآمنة. وتعمل هذه المنظومة ضمن مظلة من القواعد والقوانين التي تكفل السرية والحماية لإجراءات الشراء، وضمان وصول المنتج إلى المشتري.

٢- هات مثلاً واحداً على كل نوع من أنواع التجارة الإلكترونية الاتية :

أ- **مستهلك إلى شركة**: محام يقدّم استشارات لشركة صناعية (أو أي مثال يقدّم فيه أحد الأشخاص فكرة، أو تغذية راجعة، أو مقترحاً لشركة ما، أو أي مثال على المزادات الإلكترونية، مثل عرض شخص ما منتجه لبيعه ضمن مزاد في الإنترنت؛ لاستقطاب الزبائن الذين يدفعون أكثر لشراء هذا المنتج).

ب- **شركة إلى شركة**: تقديم شركة خدماتها لشركة أخرى، مثل: تقديم إحدى الشركات قطع سيارات لشركة تجارية متخصصة في بيع السيارات، وتقديم شركة المواد الأولية مثل الخشب لشركة أخرى متخصصة في تصنيع الأثاث الخشبي.

ج- **شركة إلى مستهلك**: شركة تعرض منتجاتها وتبيعها إلكترونياً للأفراد، مثل: شركات الألبسة التي تبيع الزبائن مباشرةً، والشركات التي تبيع الأفراد ما يلزمهم من أجهزة الحاسوب، والهواتف المحمولة، والإلكترونيات.

د- **مستهلك إلى مستهلك**: التعاملات الفردية الإلكترونية بين المستهلكين أنفسهم، مثل عرض مستهلك منتجه في الواقع الإلكتروني، وشراء مستهلك آخر لهذا المنتج منه.

٣- برأيك، كيف يمكن تفعيل التجارة الإلكترونية في منطقتك؟

يمكن تفعيل التجارة الإلكترونية في منطقتي بتوعية الأفراد بأهمية التجارة الإلكترونية، وبيان فوائدها للفرد والبائع والمجتمع.

٤- أي أنواع أنظمة الدفع الإلكتروني تفضل؟ لماذا؟

يُمنح الطالب الحرية في عرض رأيه، مع ضرورة الانتباه إلى كل نوع من أنواع أنظمة الدفع التي ورد ذكرها في الوحدة.

٥- يعمل عامل في تجارة السيارات، فهل تنصحه باستخدام التجارة الإلكترونية في تعاملاته؟ لماذا؟

نعم، أنصحه باستخدام التجارة الإلكترونية في تعاملاته؛ لأنّها تعود عليه بالنفع، مثل: التسويق الأكثر فاعليةً، وتحقيق أرباح أكثر، وتقليل التكاليف، والتواصل الفاعل مع الزبائن والشركاء.

٦- ضع إشارة (✓) إذاً العبارة الصحيحة، وإشارة (✗) إذاً العبارة الخطأ في ما يأتي، ثم صحيحة الخطأ إن وجد:

أ- عملية شراء برنامجاً معييناً من الإنترنت مباشرةً تصنف من التجارة الإلكترونية التي تعتمد جزئياً على شبكة الإنترنت. (✗)

- عملية شراء برنامجاً معييناً من الإنترنت مباشرةً تصنف من التجارة الإلكترونية التي تعتمد اعتماداً كاملاً على شبكة الإنترنت.

ب- تقديم عamer مقترحاً بخصوص بعض المنتجات التي تقدمها شركة الأمل التجارية يُعد مثلاً على التجارة الإلكترونية من نوع مستهلك إلى شركة. (✓)

ج- البطاقة الائتمانية تتيح لحامليها التسوق عن طريق الدفع فوراً، والتسديد في وقت لاحق، ولا تسمح بتدوير المبلغ إلى أي شهر آخر. (✗)

- بطاقة التسجيل على الحساب تتيح لحامليها التسوق عن طريق الدفع فوراً، والتسديد في وقت لاحق، ولا تسمح بتدوير المبلغ إلى أي شهر آخر.

د- تزوير البيانات يشمل العبث فيها، وإظهارها بصورة غير صورتها الحقيقية، مثل إعداد سجلات لشهادات لم يصدرها النظام التعليمي. (✓)

قائمة المراجع

- ١) مروة أحمد، الريادة وإدارة المشروعات الصغيرة، ط ١، الشركة العربية للتسويق والتوريدات، مصر، ٢٠١٤م.
- ٢) عبد المعطي ارشيد ومحفوظ جودة، إدارة الائتمان، ط ١، دار وائل للنشر والتوزيع، عُمان، ١٩٩٩م.
- ٣) برنامج الأمم المتحدة للبيئة، نحو اقتصاد أخضر: مسارات إلى التنمية المستدامة والقضاء على الفقر مرجع لواضعي السياسات، ٢٠١١م، الموقع الإلكتروني: www.unep.org/greeneconomy
- ٤) علاء حمامي وغصون السعدون، تطبيقات تكنولوجيا المعلومات في الأعمال الإلكترونية المتطرفة، ط ١، دار وائل للنشر والتوزيع، عُمان ، ٢٠١٦م.
- ٥) مها الخفاف وأخرون، التجارة الإلكترونية وشبكات التواصل الاجتماعي، ط ١، دار وائل للنشر والتوزيع، عُمان، ٢٠١٦م.
- ٦) سامي خليل، النقود والبنوك: اقتصadiات النقود والبنوك، ط ١، شركة كاظم للنشر، الكويت، ١٩٨٢م.
- ٧) زياد رمضان، إدارة الأعمال المصرفية، ١٩٩٨م.
- ٨) مصطفى العطيات، الجوانب القانونية لمعاملات التجارة الإلكترونية، ط ١، دار وائل للنشر والتوزيع، عُمان، ٢٠١١م.
- ٩) قانون البنوك الأردني.
- ١٠) حمدي قبيلات، قانون الإدراة العامة الإلكترونية، ط ١، دار وائل للنشر والتوزيع، عُمان، ٢٠١٤م.
- ١١) الموقع الإلكتروني الرسمي للبنك المركزي الأردني.

تَمْ بِحَمْدِ اللّٰهِ