

مستخلص الرسالة

عصمت عبد الزهرة نعمان. توظيف تطبيقات الويب ٢,٠ في تسويق خدمات المعلومات في المكتبات الجامعية العراقية. رسالة ماجستير ، الجامعة المستنصرية ، ٢٠١٢ .

المستخلص

تهدف الدراسة إلى التعرف على مستوى تفاعل المستفيدين مع خدمات المعلومات المقدمة إليهم من قبل المكتبات الجامعية موضوع الدراسة، والتعرف على الأساليب المعتمدة من قبل إدارة تلك المكتبات للترويج لأنشطتها وخدماتها من خلال تحليل محتوى مواقعها على شبكة الانترنت، والتعرف على أهمية المعلومات المتاحة ومدى توافقها مع السياسة التسويقية المقصودة وغير المقصودة في تلك المكتبات . كما تهدف الدراسة إلى دراسة إمكانية الاستفادة من تطبيقات الويب ٢ في مجال تسويق خدمات المعلومات من خلال إعداد خطة تسويقية شاملة بالاعتماد على أنموذج تجريبي يتوافق مع خدمات المعلومات المقدمة في المكتبات الجامعية موضع الدراسة وينسجم مع رغبات المستفيدين منها. وقياس مدى تفاعل المستفيدين مع تلك الخدمات. مع الأخذ بنظر الاعتبار إن شبكة الانترنت وبما تمثله من بيئة رقمية تفاعلية سهلة الوصول والاستخدام يمكن ان تسهم في تحسين صورة المكتبات وتطوير خدماتها، فضلا عن إمكانية الاستفادة منها في تقديم خدمات معلومات مبتكرة. اعتمد الباحث في بناء برنامجه التسويقي على ثلاث تطبيقات أساسية في تطبيقات الويب ٢. وهي نظم إدارة المحتوى لبناء الموقع التسويقي للمكتبات وموقع التواصل الاجتماعي للوصول إلى الجمهور المستهدف، وفتح قناة على موقع اليوتيوب للإفادة منها في تحليل الأنشطة الفديوية والعمل على تحقيق روابط مباشرة بين هذه التطبيقات. للإفادة من خصائص كل منها، وتحقيق التكامل بينها .

استخدمت الدراسة المنهج الوصفي(المسحي) للتعرف على واقع الخدمات المقدمة في المكتبات الجامعية موضع الدراسة ومدى تفاعل المستفيدين معها. واستخدمت المنهج التجريبي في بناء البرنامج التسويقي بالإفادة من تطبيقات الويب ٢,٠، وكانت عينة الدراسة عينة عشوائية قصديه تضم جميع المستفيدين من الخدمات المقدمة من قبل المكتبات الجامعية العراقية من ثلاثة جامعات (بغداد،المستنصرية،التكنولوجية) مكونة من (١٥٠) مستفيداً بواقع (٥٠) مستفيد من كل جامعة واعتمدت الدراسة الاستبتيان والمقابلة والملاحظة في جمع البيانات الخاصة بموضوع الدراسة . ومن ابرز النتائج التي توصلت إليها الدراسة . أثبتت الدراسة .

١- فاعلية تطبيقات الويب ٢ في مجال تسويق خدمات المعلومات والأنشطة الإعلامية للمكتبات الجامعية .

٢- حقق برنامج تسويق خدمات المعلومات الذي اعتمد على تطبيقات الويب ٢ معدل جذب جيد للزوار وبنسب متفاوتة بين الموقع الرئيسي وصفحة

- الفييس بوك وقناة اليوتيوب. مع الأخذ بنظر الاعتبار المدة الزمنية القصيرة لظهورها على الانترنت .
- ٣- أثبتت الدراسة ضعف مستوى إفادة المكتبات الجامعية من بيئة الانترنت في مجال تقديم خدمات المعلومات أو التسويق لها . فضلا عن تواضع المعلومات الموجودة على مواقعها.
- وقدمت الدراسة مجموعة من التوصيات كان من أبرزها:-
- ١- ضرورة توجه إدارة المكتبات إلى تطبيقات الويب ٢ للإفادة منها في مجال تقديم خدمات المعلومات أو التسويق لها .
- ٢- ضرورة إن تعمل المكتبات على بناء وتطوير مواقع خاصة بها وتعمل على تطوير مهارات العاملين فيها في مجال إدارة المواقع وتحديث المعلومات بشكل فوري.
- ٣- ضرورة استيعاب تطبيقات الويب ٢ في المناهج والمقررات الدراسية لأقسام المعلومات والمكتبات في الجامعات العراقية لضمان تأهيل ملاك مهني قادرة على التعاطي بايجابية مع هذه التطبيقات في مجال العمل .

الباحث

قائمة المحتويات

الصفحة	الموضوع	ت
أ-ب	المستخلص	١
ج-ز	قائمة المحتويات	٢
ح	قائمة الجداول	٣
ط	قائمة الصور	٤
ي	قائمة الملاحق	٥
٣-١	المقدمة	٦
٢٢ - ٤	١/ الفصل الأول- الإطار العام للدراسة	٧
٥	١/١ مشكلة الدراسة	٨
٦	٢/١ أهمية الدراسة	٨
٧	٣/١ أهداف الدراسة	٩
٧	٤/١ فرضيات الدراسة	٩
٨	٥/١ حدود الدراسة	١٠
٨	٦/١ منهج الدراسة	١٣
٩	٧/١ أدوات جمع البيانات	١٤
٢٢-١٣	٨/١ الدراسات السابقة	١٥
١٠٨ - ٢٣	٢/ الفصل الثاني- الجانب النظري	١٦
٤٥ - ٢٤	١/٢ المبحث الأول- تسويق خدمات المعلومات في المكتبات الجامعية	١٧
٢٤	١/١/٢ المكتبات الجامعية	١٨

٢٧	٢/١/٢ مفهوم خدمات المعلومات في مجال المكتبات	١٩
٢٨	٣/١/٢ خدمات المعلومات في البيئة الرقمية	٢٠
٣١	٤/١/٢ تسويق خدمات المعلومات	٢١
٣٥	٥/١/٢ فلسفة التسويق داخل المكتبات	٢٢
٣٥	٦/١/٢ دوافع التسويق في المكتبات الجامعية	٢٣
٣٨	٧/١/٢ مقومات الأنشطة التسويقية في المكتبات	٢٤
٣٩	٨/١/٢ ستيراتيجية تسويق خدمات المعلومات	٢٥
٤٠	٩/١/٢ منافع الأنشطة التسويقية في المكتبات	٢٦
٤١	١٠/١/٢ أساليب تسويق خدمات المكتبات	٢٧
٤٣	١٠/١/٢ معوقات التسويق في المكتبات الجامعية	٢٨
٧٤-٤٦	٢/٢ المبحث الثاني- تطبيقات الويب ٢.٠	٢٩
٤٨	١/٢/٢ الويب ٢.٠	٣٠
٤٩	٢/٢/٢ نشأة الويب ٢,٠	٣١
٥١	٣/٢/٢ الفرق بين ويب ٢,٠ و ويب ١,٠	٣٢
٥٢	٤/٢/٢ تقنيات الويب ٢,٠	٣٣
٥٧	٥/٢/٢ خدمات الويب ٢,٠	٣٤
١٠٨-٧٥	٣/٢ المبحث الثالث- نظم إدارة المحتوى	٣٥
٧٦	١/٣/٢ ما المقصود بنظم إدارة المحتويات	٣٦
٧٩	٢/٣/٢ المقصود بالمحتويات	٣٧
٧٩	٢/٣/٢ مميزات نظم إدارة المحتوى	٣٨

٨٠	٣/٣/٢ فوائد نظم إدارة المحتوى :عند اختيارك لنظام إدارة المحتوى	٣٩
٨١	٤/٣/٢ متطلبات نظم إدارة المحتوى	٤٠
٩٣	٥/٣/٢ نماذج من نظم أدارت المحتوى	٤١
١٠١	٦/٣/٢ روابط المواقع الرسمية	٤٢
١٠٢	٧/٣/٢ أسباب اختيار برنامج Joomla في بناء الموقع	٤٣
١٠٢	٨/٣/٢ مكونات برنامج Joomla	٤٤
١٠٥	٩/٣/٢ القوائم الرئيسية لإدارة جوملا	٤٥
١٠٩ - ١٨٩	٣/ الفصل الثالث - الجانب العملي	٤٦
١١٠ - ١٣٩	١/٣ المبحث الأول- مجتمع الدراسة	٤٧
١١٠	١/١/٣ التعريف بمجتمع الدراسة	٤٨
١١٠	٢/١/٣ المكتبة المركزية جامعة بغداد موقع الجادرية/المكتبة المركزية موقع الوزيرية	٤٩
١١٦	٣/١/٣ المكتبة المركزية للجامعة المستنصرية	٥٠
١٢٠	٤/١/٣ المكتبة المركزية للجامعة التكنولوجية	٥١
١٢٥	٥/١/٣ تقييم مواقع المكتبات الجامعية على الانترنت	٥٢
١٢٦	٦/١/٣ موقع المكتبة المركزية لجامعة بغداد	٥٣
١٣١	٧/١/٣ موقع المكتبة المركزية للجامعة المستنصرية	٥٤
١٣٥	٨/١/٣ موقع المكتبة المركزية للجامعة التكنولوجية	٥٥

١٥٠-١٤٠	٢/٣ المبحث الثاني- تحليل نتائج الاستبيان الخاص بآراء المستفيدين حول الموقع	٥٦
١٤١	١/٢/٣ دراسة واقع المكتبات الجامعية العراقية موضوع الدراسة للتعرف على مستوى تفاعل المستفيدين مع الخدمات المقدمة إليهم، فضلا عن التعرف على الأساليب المعتمدة من قبل إدارات المكتبات لتسويق خدمات المعلومات إلى مجتمع المستفيدين	٥٧
١٤٣	٢/٢/٣ تحليل محتوى مواقع المكتبات الجامعية العراقية على شبكة الانترنت للتعرف على نوع المعلومات المتاحة وأهميتها بالنسبة للمستفيدين. من اجل التسويق لها باستخدام تطبيقات الويب ٢,٠.	٥٨
١٤٩	٣/٢/٣ دراسة أمكانية الإفادة من تطبيقات الويب ٢,٠ في تقديم خدمات معلومات مبتكرة تزيد من تفاعل المستفيدين مع المكتبات المبحوثة	٥٩
١٨٩-١٥١	٣/٣ المبحث الثالث- أعداد خطة تسويقية شاملة	٦٠
١٥١	١/٣/٣ الخطة التسويقية	٦١
١٥٢	٢/٣/٣ قنوات الأنشطة التسويقية	٦٢
١٥٢	٣/٣/٣ الموقع التسويقي الرئيس	٦٣
١٦٠	٤/٣/٣ تنفيذ الخطة التسويقية على الموقع التسويقي	٦٤
١٦٤	٥/٣/٣ إدارة نظام جوملا	٦٥
١٦٦	٦/٣/٣ الدخول إلى لوحة التحكم	٦٦
١٦٧	٧/٣/٣ القائمة الرئيسة في لوحة التحكم	٦٧

١٧٠	٨/٣/٣ شرح مفصل لإدارة المحتوى	٦٨
١٨٠	٩/٣/٣ تقييم الموقع من قبل المستفيدين	٦٩
١٨٣	١٠/٣/٣ تقييم الموقع من قبل العاملين في المكتبات	٧١
١٨٧	١١/٣/٣ قياس معدل الزيارات للقنوات التسويقية	٧٢
١٩٥-١٨٨	٤/ الفصل الرابع - النتائج والتوصيات	٧٣
١٩١-١٨٩	١/٤ النتائج	٧٤
١٩٣-١٩٢	٢/٤ الاستنتاجات	٧٥
١٩٥-١٩٤	٣/٤ التوصيات	٧٦
٢٠٤-١٩٦	قائمة المصادر والمراجع	٧٧
٢٥٠-٢٠٥	الملاحق	٧٨
	الملخص باللغة الانكليزية	٧٩

قائمة الجداول

الصفحة	اسم الجدول	ت
--------	------------	---

١٣٩	عناصر التقييم لمواقع المكتبات المركزية الجامعية العراقية عينة الدراسة	١١
١٤٠	عينة الدراسة	١
١٤١	يبين الوسط الحسابي ومقدار الفجوة في زيارات المستفيدين للمكتبات	٢
١٤٢	يبين حاجة المستفيدين وأسباب زيارتهم للمكتبات الجامعية	٣
١٤٤	يبين معرفة المستفيدين بموقع المكتبة على الانترنت والاستفادة منه	٤
١٤٥	يبين آراء المستفيدين حول استخدام الانترنت في الحصول على المعلومات وأسبابها	٥
١٤٦	يبين الخدمات التي يجدها المستفيدون ضرورة في موقع المكتبة على الانترنت	٦
١٤٨	يبين آراء المستفيدين حول شكل ظهور المكتبة على الانترنت	٧
١٤٩	يبين الخدمات التي يرغب المستفيدون في الحصول عليها من خلال موقع المكتبة على الانترنت	٨
١٨١	يبين الوسط الحسابي والوسط الفرضي في تقييم الموقع من وجهة نظر المستفيدين	٩
١٨٤	يبين الوسط الحسابي والوسط الفرضي في تقييم الموقع من وجهة نظر الموظفين	١٠

قائمة الصور

الصفحة	اسم الشكل	ت
١٢٦	موقع المكتبة المركزية جامعة بغداد	١
١٣١	موقع المكتبة المركزية للجامعة المستنصرية	٢
١٣٥	موقع المكتبة المركزية للجامعة التكنولوجية	٣
١٥٣	موقع تسويق خدمات المعلومات	٤
١٥٧	صفحة القناة على موقع اليوتيوب	٥
١٥٩	صفحت موقع الفيس بوك	٦

قائمة الملاحق

الصفحة	اسم الملحق	ت
٢٢٥	تسهيل مهمة	١
٢٢٨	نماذج للمواقع الرسمية لكل من دروبا، وردبريس، جوملا	٢
٢٣٠	دليل كيفية تنصيب جوملا	٣
٢٤٣	مصطلحات تعريفية وشاشات آلية عمل نظام جوملا	٤
٢٥٧	استمارة الاستبيان للمستخدمين	٥
٢٦٤	استمارة تقييم موقع خدمات المعلومات من وجهة نظر المستخدمين	٦
٢٦٦	استمارة تقييم موقع خدمات المعلومات من وجهة نظر الموظفين	٧
٢٦٩	أسئلة المقابلة	٨