



جامعة سوهاج

كلية التربية

قسم التربية المقارنة والإدارة التعليمية

إدارة تسويق الخدمات التعليمية للتعليم الثانوي الصناعي في ضوء احتياجات سوق العمل بمحافظة سوهاج

*Marketing Of Educational Services For Secondary Education
Industrial Management In Light Of The Needs Of The
Labor Market In Sohag Governorate*

رسالة مقدمة لنيل درجة الماجستير في التربية

تخصص (إدارة تعليمية)

إعداد

أسماء محمود أحمد عبد الغني

أخصائي دراسات عليا - جامعة سوهاج

إشراف

الأستاذ الدكتور

نبيل سعد خليل

أستاذ التربية المقارنة والإدارة التعليمية المتفرغ

كلية التربية - جامعة سوهاج

الأستاذ الدكتور

محمد أحمد محمد عوض

أستاذ التربية المقارنة والإدارة التعليمية المتفرغ

كلية التربية - جامعة سوهاج

١٤٣٨ هـ - ٢٠١٧ م



**Sohag University
Faculty of Education
Comparative Education and Educational
Administration Department of Management**

***Marketing Of Educational Services For Secondary Education
Industrial Management In Light Of The Needs Of The
Labor Market In Sohag Governorate***

A Thesis

**Submitted Requirements Of the master's Degree in Education
(Educational Administration)**

Prepared By

Asmaa Mahmoud Ahmed Abdelghany

A specialist Postgraduate Studies - University of Sohag

Supervised By

Prof. Dr.

Mohammed Ahmed Mohamed Av

**Professor Of Comparative
Education & Educational
Administration Departments
Faculty of Education
Sohag University**

Prof. Dr.

Nabil Saad Khalil

**Professor Of Comparative
Education & Educational
Administration Departments
Faculty of Education
Sohag University**

2017

مستخلص الرسالة

هدف البحث الحالي إلى التعرف على واقع التعليم الثانوي الصناعي نظام الثلاث سنوات في محافظة سوهاج، والمشكلات التي يعاني منها، والأسباب التي تدعو إلى ضرورة تحسينه وتطويره، وكذلك التعرف على طبيعة مدخل إدارة تسويق الخدمات التعليمية كمدخل حديث في إدارة المؤسسات التعليمية وخاصة الخدمية منها، وتحديد مدى إمكانية تطبيق هذا المدخل في إدارة مدارس التعليم الثانوي الصناعي في محافظة سوهاج.

واستخدمت الباحثة المنهج الوصفي التحليلي الذي يتناسب مع طبيعة الدراسة، ويقوم بوصف واقع التعليم الثانوي الصناعي بمحافظة سوهاج، وتحليل وتفسير الظروف والعلاقات التي تؤثر عليه.

وتوصل البحث إلى مجموعة من النتائج، يمكن عرضها كما يلي:

- ضعف التوازن الكمي والكيفي بين مخرجات التعليم الثانوي الصناعي ومتطلبات سوق العمل.
- قصور مدارس التعليم الثانوي الصناعي عن توفير التخصصات المختلفة من مخرجاتها.
- تواضع إمكانات مدارس التعليم الثانوي الصناعي من حيث الورش والمعامل، وكذلك قلة اهتمام المسؤولين عن تلك المدارس بالاستعانة بالآلات والمكينات الحديثة وتدريب الطلاب عليها.
- عدم وجود سياسة يتم من خلالها متابعة الخريجون في مواقع العمل المختلفة للتعرف على مدى ملائمة عملية إعدادهم لمتطلبات سوق العمل.
- غياب الوحدات التنظيمية على المستوى المدرسي لخدمة المواطنين والتي تعمل على تلقي مقترحاتهم وتنظم لهم اللقاءات مع الإدارة المدرسية لحل المشكلات التربوية والتعليمية والبيئية التي تواجه هذا النوع من المدارس.
- غياب التحديد الواضح للمسئوليات والاختصاصات بالإدارة المدرسية نتيجة لعدم وضوح مضمون الدور الذي يقوم به المدير.
- سوء اختيار بعض القيادات الإدارية في المدارس فغالبية القائمين على الإدارة المدرسية غير مؤهلين تربوياً للعمل الإداري.
- وجود فجوة بين التعليم الثانوي الصناعي وحاجة سوق العمل حيث لا يوجد ربط بين العملية التعليمية ونواحي الحياة الفعلية، وذلك بسبب عدم وجود ربط بين الطالب والمصنع أو الشركة في مجال تخصصه.
- تعاني مدارس التعليم الثانوي الصناعي من تعقد الإجراءات الإدارية مما يعوق عملية التسويق، فالمدرسة الثانوية الصناعية ليست لديها الحرية الكافية لاتخاذ القرارات إلا في بعض الأمور البسيطة والشكلية مما يحد من المرونة التي يجب أن تتسم بها الإدارة المدرسية حتى تتمكن من اتخاذ القرارات السليمة في الوقت المناسب.

– غياب ثقافة الفكر التسويقي لدى العاملين بمدارس التعليم الثانوي الصناعي، ويرجع إلى الاعتقادات الراسخة لدى العاملين بالتعليم بأن المؤسسات التعليمية لا تخضع لقوانين التسويق التجارية التي تهدف إلى تحقيق الربح وترى بأنها تقتصر على كونها مؤسسات خدمية تقوم بتقديم منتج واحد وهو التعليم.

Abstract of the study

The aim of the current study to identify the reality of industrial secondary education system of the three years in Sohag, the problems afflicting the, the reasons for the need to be improved and developed, as well as to identify the nature of the entrance of the marketing department of educational services and modern input in the management of educational institutions, especially of services, and to determine the extent to which the possibility of applying this entrance in the management of the schools of industrial secondary education in the province of Sohag.

The researcher used the descriptive approach the analytical work commensurate with the nature of the study, and as the reality of industrial secondary education in the governorate of Sohag, analysis and interpretation of circumstances and relations that affect it.

The study found a group of results, can be presented as follows:

- The weakness of the balance the qualitative and quantitative between output of industrial secondary education and the requirements of the labor market.**
- The failure of the schools of industrial secondary education and the provision of different disciplines of its output.**
- The modesty of the potential of the schools of industrial secondary education in terms of the workshops and laboratories, as well as lack of attention of the officials of those schools using the machinery of modern machinery and training the student.**
- The absence of a policy by which the follow-up to the graduates in various places of work to identify how the process of the preparation of the requirements of the labor market.**
- The absence of organizational units at the school level to serve the citizens, which works to receive their proposals and**

organizes them meetings with the school administration to solve the problems of education and environmental facing this type of schools.

- The absence of a clear definition of the responsibilities and functions of school management as a result of the lack of clarity of the content of the role of the Director.**
- Poor choice of some administrative leaderships in schools and the majority of based on school management are not qualified educational and administrative work.**
- There is a gap between the industrial secondary education and the need for the labor market where there is no link between the educational process and the actual life, owing to the absence of a link between the student and the factory or company in the field of specialization.**
- Schools suffer industrial secondary education and the complexity of the administrative procedures which impedes the marketing process, the school industrial secondary school does not have enough freedom to make decisions only in some simple 256,317,200 limiting flexibility that must characterize the school administration to be able to take sound decisions at the appropriate time.**
- The absence of a culture of marketing thought to working with schools of industrial secondary education, due to the established beliefs of education that educational institutions are not subject to the laws of the commercial marketing which aims to achieve a profit as considers only the service organizations providing one product and education.**