Journal of the Association of Arab Universities for Research in Higher Education (مجلة اتحاد الجامعات العربية (للبحوث في التعليم العالي

Volume 40 | Issue 3 Article 6

2020

The Impact of Branding and Evaluation Methods Preferred by Students in Higher Education Institutions

Eman Wadea' Abdulhalim
emanwadie@yahoo.com

Follow this and additional works at: https://digitalcommons.aaru.edu.jo/jaaru_rhe

Part of the Educational Assessment, Evaluation, and Research Commons, and the Educational Methods Commons

Recommended Citation

Abdulhalim, Eman Wadea' (2020) "The Impact of Branding and Evaluation Methods Preferred by Students in Higher Education Institutions," *Journal of the Association of Arab Universities for Research in Higher Education (مجلة اتحاد الجامعات العربية (للبحوث في التعليم العالي*: Vol. 40: Iss. 3, Article 6.
Available at: https://digitalcommons.aaru.edu.jo/jaaru_rhe/vol40/iss3/6

This Article is brought to you for free and open access by Arab Journals Platform. It has been accepted for inclusion in Journal of the Association of Arab Universities for Research in Higher Education (مجلة اتحاد الجامعات العربية (للبحوث في التعليم العالي by an authorized editor. The journal is hosted on Digital Commons, an Elsevier platform. For more information, please contact rakan@aaru.edu.jo, marah@aaru.edu.jo, u.murad@aaru.edu.jo.

The Impact of Branding and Evaluation Methods Preferred by Students in Higher Education Institutions

Cover Page Footnote

Alshurooq Academy – Egypt.

This article is available in Journal of the Association of Arab Universities for Research in Higher Education (مجلة اتحاد الجامعات العربية للبحوث في التعليم العالي): https://digitalcommons.aaru.edu.jo/jaaru_rhe/vol40/iss3/6

تأثير العلامة التجارية وأساليب التقييم المفضلة لدى الطلاب بمؤسسات التعليم العالي

إيمان وديع عبدالحليم*

ملخص:

اهتمت هذه الورقة العلمية بتحديد مدى أهمية الاسم والعلامة التجارية على رضاء الخريج عن أساليب التعليم والتعلم المتبعة، والتي أثّرت بالتبعية على تقديراته ودرجاته النهائية، وكذلك توصيته للآخرين بالالتحاق بها.

وقد توصلت الدراسة إلى عدم وجود علاقة معنوية بين تفضيل الطلاب لأسلوب الحفظ مع نتائجهم وتقديراتهم التي حصلوا عليها. أما الطلاب الذين يفضلون أسلوب الربط والفهم والتحليل كأسلوب تعليمي، فقد جاءت نتائجهم مؤكّدة على وجود علاقة طردية قوية بين تلك الأساليب التعليمية، وتقييمهم في حل الأسئلة المقالية، والتي تعتمد على الحفظ واسترجاع المعلومة، وبشكلٍ عامٍ لا زال الطالب المصري يوصي الآخرين بالالتحاق بالمؤسسة التعليمية التي تعتمد على الحفظ واتباع أسلوب الأسئلة المقالية المباشرة في التقييم.

الكلمات المفتاحية: أساليب التعليم والتعلم – رضاء الخريج – التوصية للالتحاق بالمؤسسة التعليمية – العلامة التجارية في مؤسسات التعليم العالي – تفضيلات الطلاب – تقديرات الطلاب.

The Impact of Branding and Evaluation Methods Preferred by Students in Higher Education Institutions

Eman Wadea' Abdulhalim*

Abstract:

This research had concerned with determining the importance of the educational institution's name, brand, and its satisfaction with the followed teaching and learning methods which consequently affected his evaluation, final grades, and his recommendation to others to get enrolled.

The research concluded that there is no correlation between the students' preference for memorization style and their grades. As for students who prefer linking, understanding and analysis in education, their results confirmed a strong connection between these educational styles and their grades in essay questions which rely on memorization. Generally, the Egyptian student still recommends others to join the educational institutions that follow memorization and direct essay questions' in their assessment.

Keywords: Teaching and learning methods; Graduate satisfaction; Recommendation to join the educational institutions; High Educational Institutions brands; students' preferences and students' grades.

* اكاديمية الشروق – مصر

* Alshurooq Academy – Egypt.

مقدمة:

إن إمكانية تزويد العملاء بمعلومات عن مستوى جودة الخدمات المقدمة ومدى مصداقيتها قبل شراء الخدمة، أو عند اتخاذ قرار للتعامل مع منظمات الأعمال الخدمية لهو نتاج إدراك واسع لدى عملائها لكلٍ من اسمها وعلامتها التجارية، والذي قد ينعكس بالتبعية إيجابا أو سلبا على اختيارات عملائها المرتقبين.

فشهرة المنظمة وعراقتها وعلامتها التجارية لهي بمثابة دليل أو وعد للمستهلك بما سيقدَّم له من خدمة، وبذلك تقل حالة عدم التأكد التي قد تنتاب العميل والمرتبطة بجودة الخدمة (Lockwood,et.al,2007).

فالعلامة التجارية هي مصدر المعلومات، وهي أداة لدى المستهلك للتفرقة والتمييز بين الخدمات المماثلة المعروضة؛ لأنها تساعده على الاختيارمن بين البدائل المتاحة (Heidt,2014)، وعليه فإن العلامة التجارية تعدُّ وبشكلٍ متزايد العنصر الحاسم والأهم في اختيار العميل خاصةً في قطاع الخدمات حيث أصبحت عملية التسويق في القطاعات الخدمية ليست يسيرة؛ وذلك نظرا للمواصفات الفريدة للخدمة، والتي تؤثر عليها عناصر متعددة، منها: خبرة المنظمة، ومستوى الجودة المقدمة؛ فالمستهلك يواجه كثيرا من المخاوف عند تقييم تلك الخدمات قبل شرائها؛ ولذلك يكون للاسم والعلامة التجارية دور كبير لإعطاء المستهلكين ثقة أكبر في قراراتهم الشرائية، فهى تقلل من نسب المخاطر (Erdem,et.al,2016).

فقيمة العلامة التجارية تعتبر في كثيرٍ من الأحيان بمثابة المؤشر الذي يحدد حجم المزايا والمنافع التي يحصل عليها الفرد (Saunders,2018) وهذا ما يحدث بالفعل في مجال المؤسسات التعليمية؛ حيث يلتحق الطالب (العميل) بالمؤسسة التعليمية قبل أن يحصل على الخدمة، متجها نحو علامتها التجارية، وما يتوقعه من خدمة تعليمية تلبي احتياجاته وتوقعاته.

مشكلة البحث:

إن الإحصاءات تؤكد على أن ملتحقى التعليم العالى وكذلك خريجيه في تزايد مستمر؛ حيث رصد (جهاز التعبئة العامة والإحصاء المصري 2018) أن خريجي التعليم العالي لعام 2017م وصل إلى (537) ألف خريج مقابل (488) ألف خريج لعام 2016 م [1]، بزيادة بلغت نسبتها 10.2%، ويرجع ذلك إلى زيادة عدد الكليات والمعاهد الخاصة؛ حيث إنه إذا استمر الوضع على ما هو عليه فإن وزارة التعليم العالي بجمهورية مصر العربية لن تستطيع تحمل الزيادة فى أعداد الطلاب في عام 2020م؛ إذ إن عدد الطلاب سيزيد إلى (4) ملايين طالب، بزيادة قدرها مليون ومائة ألف. وإذا استمر وضع الجامعات الخاصة وفق القوانين والقواعد الحالية، فإن مصر ستحتاج إلى (20) جامعة خاصة جديدة على الأقل[2]، حتى تستوعب هذه الأرقام المتزايدة للطلاب الملتحقين بمؤسسات التعليم العالي، أو ستضطر الدولة إلى بناء (22) جامعة أخرى بنفس طاقة الجامعات الحالية.

هذا ولبناء أى جامعة بإمكانيات مناسبة، وحسب اللوائح والقوانين المنصوص عليها والمعلنة الآن، فإن تكلفة ذلك يزيد عن (3) مليارات جنيه على الأقل، شاملة الأرض والبناء والتجهيز.

وهنا تساؤلات مهمة: هل نحن جاهزون لهذه الاستثمارات بتلك الأرقام؟ وهل ستبني الدولة جامعات جديدة أهلية؟ أم ستسمح باستثمارات خاصة أوسع وأشمل؟ وفي حالة إنفاق (3) مليارات من الجنيهات المصرية على جامعة من جانب فرد واحد، أو مجموعة من المستثمرين، هل بعد ذلك يمكن أن نعتبر الاستثمار الجامعي غير تجاري وغير هادف للربح؟ فكيف لنا إذن

1- الجهاز المركزى للتعبئة العامة والاحصاء، الكتاب السنوى، جمهورية مصر العربية، 2018م.

2- وزارة التعليم العالى و البحث العلمى،التعليم العالى فى ارقام بين عامى 2014-2017، الموقع الالكتونى، جمهورية مصر العربية.

-http://portal.mohesr.gov.eg/ar-eg/Pages/Higher-education-in-numbers.aspx

أن نواجه هذا الضغط المتزايد والكثافة الطلابية في مجال خدمة التعليم العالي؟

وعلى الجانب الآخر، وفي ظل تلك الأجواء، فقد استرعى انتباه الباحثة وجود طلب من جانب الملتحقين بمرحلة التعليم العالي على بعض المؤسسات التعليمية بالتحديد لكونها تنتمي للقطاع الحكومي المصري (لعراقتها)، أو لبعض المعاهد والأكاديميات والجامعات الخاصة لاسمها أو لعلامتها التجارية.

وهناك من الطلاب من يتجه إلى مؤسسات تعليمية لتلبية بعض الاحتياجات والرغبات التي يتوقعون الحصول عليها، أو قد يكون سبب التحاقهم بمؤسسة بعينها فقط هو توصية المحيطين بهم.

والسؤال هنا: هل يوجد تأثير للاسم والعلامة التجارية للمؤسسة التعليمية على تقديرات الخريجين بعد انتهاء العملية التعليمية؟ وهل لنتائج وتقديرات الخريجين دور على توصيتهم للآخرين للالتحاق بنفس المؤسسة التعليمية؟ وهل يوجد تأثير لاحتياجات وتوقعات ورغبات الطالب عند التحاقه بتخصص علمى محدد و كذلك مدى رضاه عن الخدمة التعليمية المقدمة به؟

أهداف الدراسة:-

1) تحديد مدى أهمية العلامة التجارية واسم المؤسسة التعليمية على رضاء الخريج، وكذلك توصيته للآخرين بالالتحاق بها.
2) دراسة العوامل التي تؤثر على توصية الخريج للآخرين بالالتحاق بالمؤسسة التعليمية، وكذلك تحديد أهم أسباب الانضمام إليها باختلاف طبيعتها (حكومية - إقليمية - خاصة).
3) دراسة مدى تحقيق احتياجات ورغبات وتوقعات الطلاب على رضا الخريج.
4) دراسة رضا الخريج عن أساليب التعليم والتعلم بالمؤسسة التعليمية، وأثرها على تقديراته (درجاته النهائية) التي حصل عليها بالمواد الدراسية المختلفة.
5) التعرف على أسباب إنضمام الطلاب لمؤسسات التعليم العالى، بأختلاف طبيعتها (حكومية - إقليمية -خاصة) و كذا اسباب توصيتهم للأخرين بالالتحاق بها.

أولاً: الدراسات السابقة:

تعرض الباحثة أهم المراجع الأدبية ذات الصلة بأهداف هذا البحث والمرتبطة بكل من:

أولاً: قيمة العلامة التجارية؛ في ظل الضغوط الداخلية والخارجية التي تواجه المؤسسات الجامعية، والفرص المتاحة التي تواجه الطالب يرى (Chine,2008) أن الصورة الذهنية للعلامة التجارية تلعب دورا ربما يكون هو الرائد في تقليل شعور الطالب (العميل) بالمخاطرة؛ نظرا لأن عملية تقييم الخدمة التعليمية تتم بعد التحاقه بها أو تخرجه منها، فهو يرى أن قوة العلامة التجارية تكمن في دورها في تخفيف إحساس المخاطرة، وكذلك تبسيط عملية اتخاذ القرار لدى الملتحق بها، فهى تعتبر بمثابة أداة للاختيار من بين البدائل المتاحة له.

وقد اقترح (Aaker,2011)؛ خمسة عناصر أساسية تتكون منها قيمة العلامة التجارية بمؤسسات التعليم العالي، وهي: مدى انتشار ومعرفة الاسم والعلامة التجارية، ومدى الولاء لها، وكذا المميزات المحسوسة لها، وروابط العلامة التجارية وأصولها التى تمتلكها؛ إذ أكد على أن بناء علامة تجارية يتطلب الاهتمام بخطوات ذات تأثير طويل المدى، والبعد عن الاهتمام بجني الثمار على الأجل القصير.

أما (LeBlanc,et.al,2011) فيرى إنه عند تطبيق مفهوم العلامة التجارية في قطاع التعليم العالي، فإن الوضع يختلف نوعا ما عن مفهوم بنائها في القطاع التجاري؛ فالعلامة التجارية في قطاع التعليم العالي لا تعتمد على منتج معين يتم عرضه بالأسواق في توقيت معين، وتحت ظروف تنافسية حالية أو مستقبلية، مدروسة أو متوقعة، ولكننا نجدها بمثابة نقطة لالتقاء توقعات العميل (الطالب) مع قيم المؤسسة الجامعية.

وبتبني هذا المفهوم نجد أن العلامة التجارية هي الأساس الذي من خلاله يتم تطوير مسار المؤسسة التعليمية واتجاهاتها بما يتناسب مع رؤيتها ورسالتها.

فالعلامة التجارية للمؤسسة التعليمية تحمل في طياتها وعدا بتقديم خدمة تعليمية يرضى عنها الطالب من وجهة نظره، وذلك حسب أولوياته و احتياجاته، (Dermol,et.al,2013).

أما دراسة (Saunders,2014) فقد دعت العلماء والممارسين الأكاديميين لإعادة التفكير في بعض فرضيات أبحاثهم، وكذا الأهداف والدوافع والتوجيهات التربوية العامة، والتي تخص طلاب الجامعات اليوم؛ حيث أوصت الدراسة على ضرورة التعامل مع طلاب الفرقة الأولى أو الملتحقين الجدد (حسب طبيعة وسنوات التخصص العلمي) على أنهم عملاء للخدمة التعليمية المقدمة، وإذا تحقق ذلك المفهوم فإن المؤسسة التعليمية ستجني الكثير من المكاسب التربوية والتعليمية.

كما أكد (Farquhar,2014) على أهمية توافق الصورة الذهنية لدى العملاء من الطلاب، أو راغبى الالتحاق بالمؤسسة التعليمية مع علامتها التجارية؛ حيث يجب تكامل جميع الأدوات والوسائل التسويقية لتحقيق رسالة المؤسسة الجامعية، وما تتضمنها من قيم تتبناها لتحقيق ما يصبو إليه الملتحق (العميل) بتلك المرحلة التعليمية.

أما (Lassar,et.al,2015) فإنه يرى أن تعريف قيمة العلامة التجارية ليست بالأمر المطلق، ولكنه يرتبط بمفهوم المنافسة، فبقدر الثقة التي يميز بها العميل العلامة التجارية، يكون استعداده لدفع ثمنٍ عال للخدمة؛ وذلك حسب أولوياته ودرجة تفضيله لتلك العلامة.

وفي دراسة (Tina,2015) تم تحديد بعض السمات الأساسية التي تحتوي في طياتها على مفهوم لقيمة العلامة التجارية لدى طلاب التعليم العالي، وذلك بعد أن أدخلت تلك الدراسة بعض التعديلات على منهج (Vorhies,1997) الذي تبنته، وقد انتهت إلى وضع نموذج لقيمة العلامة التجارية مرتبط ببعض المحددات الأساسية، وهي:

- سمات الخدمة (والتي تهتم بالجودة الملموسة بالخدمة التعليمية، وأسلوب الدراسة، ومدة الفصل الدراسي، هذا بجانب قدرة الإدارة العليا على اتخاذ قرارت إدارية سليمة).
- السمات الرمزية (وهي تجمع بين مجموعة من الروابط المتعلقة بالصورة الذهنية الشاملة للمؤسسة التعليمية، والتي تتضمن هويتها، وحجم مشاركتها ومسئوليتها المجتمعية، وحجم الابتكار والتطوير بها، وكذا التوجه الدولي لها).
- السمات المالية (وهي تغطي العلاقة بين جودة الخدمات المقدمة وتكلفتها، ومدى الاستقرار المادي للمؤسسة التعليمية).
- الأعمال و الأنشطة الترويجية التي تقوم بها المؤسسة التعليمية والتي إعتبرتها الدراسة أن لها دور أساسى في تحديد قيمة العلامة التجارية.

حيث أكدت الدراسة على ان سمعة وقوة العلامة التجارية على تكوين صورة ذهنية للطالب قد يكون لها تأثير على مستوى رضاه وولائه عن الوسط الجامعي، وبالتالي المؤسسة التعليمية ككل.

(وقد استند البحث الحالي على تلك المحددات السابقة (بتصرف) لصياغة استمارة الاستقصاء لتحديد قيمة العلامة التجارية لدى خريجي التعليم العالي (القاهرة الكبرى بجمهورية مصر العربية).

فالطالب لا يشعر بأنه قام باختيار العلامة التجارية الأنسب والأفضل له إلا بعد حصوله على الدرجة العلمية، أو بعد تخرجه بأعوام؛ حيث إنه في البداية يكون قرار التحاقه بها ليس نتيجة لرأيه الشخصي حول مستواها العلمي والأكاديمي، ولكن قد يكون قرار التحاقه بها نتيجة لتزكية أصدقائه، أو عائلته، أو معلميه.

أما (Paden,et.al,2016) فيرى أن الصورة والمسئولية الاجتماعية للمؤسسة التعليمية ومدى مشاركتها المجتمعية يعتبران أمران مهمان، لهما تأثيرهما على قوة العلامة التجارية في مجال التعليم العالي، ومن ثم فهما يؤثّران على اختيار الطالب لهما.

كما أكد (Brunzel,2017) أن كثيرا من الجامعات الرائدة تتبنى استراتيجية متكاملة لإدارة علامتها التجارية من أجل تحسين ترتيبها العلمي والبحثي، وكذا صورتها الذهنية

وعلامتها التجارية على المستويين المحلي والعالمي.هذا الى جانب عددا من العوامل التي تؤثر مباشرة على عملية تقييم الخدمة التعليمية، ومنها: إدراك العلامة التجارية للمؤسسة التعليمية، والتي تتضمن مستوى أداء طاقم العاملين والإداريين والأكاديمين، وموقعها ومساحتها، وتاريخ إنشائها، وسمعتها، ومدى مساهماتها في الساحة العلمية والبحثية،.... إلخ.

ثانيا: أهم الدراسات ذات الصلة بإلتحاق ورضاء وولاء الخريج للعلامة التجارية:

جاءت دراسة (Entwistle,1991) لتشير إلى وجود علاقة بين الطبقة الاجتماعية وسعر الخدمة المقدمة، وكذلك أماكن تواجدها وآراء الجماعات الأولية، وبعض الخصائص الديموجرافية التي تؤثر على ولاء الطالب للمؤسسة الجامعية الذي قد يزيد أو يقل تبعا لبعض المتغيرات البيئية المحيطة بالخدمة المقدمة.

اما دراسة (مروة، 2012) فقد أكدت على أن عمر متخذ القرار خاصة الصغير منهم لهو من أهم العوامل المؤثرة على قرار الالتحاق العفوي غير المخطط؛ إذ لا يتم وضع قائمة لتحصر بشكل كامل كل أسماء المؤسسات التعليمية لتحديد مكانتها وعلامتها التجارية وهنا يتم خلق دوافع ومحفزات للالتحاق تعتمد على المحفزات الإدراكية أكثر من العاطفية، وحينئذ يكون للمؤسسة التعليمية – متمثلة في إدارتها العليا – دور في بناء علامتها التجارية واستغلالها بشكل مناسب، وذلك من خلال أنشطتها التسويقية والترويجية، هذا على عكس النوعين الآخرين للقرار العفوي (الكامل والمقترح)، والذي يعتمد على دوافع ومحفزات عاطفية أكثر من الإدراكية، وفيها تكون دوافع ومحفزات الالتحاق بالمؤسسة التعليمية يعتمد على حب التجربة والفضول؛ حيث لا يوجد معرفة مسبقة للجامعات المناسبة بشكل كاف.

ويرى (Oliver,2012) أن ولاء العميل للخدمة المقدمة، وتوصيته الآخرين بها دون غيرها يعتبر في حد ذاته هدفا استراتيجيًا لمنظمات الأعمال.

كما أوضح (De Chernatony,et.al,2014) بأن هناك علاقة طردية في كلٍ من قطاعي الصناعات والخدمات؛ فكلما زاد رضاء العملاء زاد ولاؤهم للمنظمة، والعكس صحيح؛ حيث يرى الباحثون ضرورة تبني منظمات الأعمال هدف إرضاء العميل وولائه معا، وألا تركز اهتماماتها فقط على ولاء العميل؛ لأنه قد يكون مؤشرا مضللاً؛ حيث يظهر العميل أحيانا عدم رضاه عن الخدمة المقدمة، ولكن لديه ولاء للمنظمة؛ وذلك لعدم وجود بديل أفضل، أو لأسباب أخرى تتعلق بسماته الشخصية، أو بحالة الصناعة ككل فالعملاء الراضين يمكن أن يكونوا عملاء دائمين، وذوي ولاء مستمر للمنظمة، حيث أن الاستثمار في تحقيق رضاء العميل يعتبر بمثابة وثيقة ضمان للمنشأة تؤهلها لمواجهة أي عقبات أو تحديات تعوق من استمرار ولاء عملائها.

وقد جاءت دراسة (Mandina,et.al,2014) لتقدم شرحا متعمقا لتأثير الذكاء العاطفي على ولاء العميل (الطالب) للماركة والعلامة التجارية، وكيف يمكن للجامعات العريقة أن تستخدم أسلوب الذكاء العاطفي؛ لكي تستمر وتحافظ على قدرتها للإبقاء على اسمها العريق في ظل المنافسات الحالية للقطاعين العام والخاص وقد أوصت الدراسة بضرورة تبني أبعاد الذكاء العاطفي (وهي: الوعي الذاتي، والإدارة الذاتية، والوعي الاجتماعي، وإدارة العلاقة)، واستخدامه ضمن الأدوات والعمليات الاستراتيجية المطبقة بالمؤسسات التعليمية.

ويرى (Chung,2011) أن العميل قد يتلقى أحيانا خدمة من منظمة ما لم يتعامل معها مسبقا ولايعرفها، وإنما جاء تلقّيه للخدمة أو شرائه للمنتج إما لتوصية أحد أفراد جماعاته الأولية أو الثانوية، أو أن هذا التعامل قد جاء بناء على الصدفة او أن عملية الشراء قد تتم نتيجةً للأساليب البارعة المتبعة في عرض (المنتجات – الخدمات)، أولشعور و رغبة لدى الفرد تجاه المنتج أو الخدمة المقدمة، وإحساسه بمتعة عند امتلاكه أو شرائه لها، كبعض السلع الخاصة مثلاًهذا إلى جانب بعض العوامل الديموجرافية التي تؤثر في عملية الشراء الفوري، منها: النوع، والدخل، والسن، ومستوى التعليم.

هذا وقد أكدت دراسة (2018, keller) على أن تطبيق أسلوب الذكاء العاطفي سوف يساعد على خلق

علامة تجارية قوية بين المستفيدين من الخدمات التعليمية، و العاملين داخل المؤسسة الجامعية ذاتها.

ثالثاً: الدراسات المرتبطة بأسلوب التقييمات :

فقد قامت الباحثة بإجراء مراجعة أدبية حول الأسلوب المفضل لدى الطلاب عند تقييم مستوى أدائهم لوضع الدرجات وتقديرات المواد الدراسية؛ حيث بدا ما يختاره الطالب من طرق التقييم المفضلة لديهم أمر يعتمد على ثلاثة أساليب مختلفة؛ فمنهم من يفضل أسلوب الحفظ، ومنهم من يفضل التحليل والتفكير والربط، ومنهم من يفضل ترك العنان للإبداع والعرض والابتكار بدون تقييد.

ويرى (Marton,et.al,1976) أن أسلوب التعليم العميق يرتبط بنية الطالب لفهم وبناء المحتوى العلمي المدروس بشكل يعتمد على فهم الأصول والمبادئ العلمية له، في حين أن التعليم السطحي يشير إلى أسلوب التعلم عن طريق الحفظ وإعادة عرض المحتوى العلمي و القدرة على استرجاعه.

وقد أوضحت الدراسات أن الطلاب المنخرطين في طرق التعليم السطحية يميلون لتفضيل أسئلة الاختيار المتعدد، أو الأسئلة المباشرة عند إخضاعهم للتقييم، في حين يفضل الطلاب المنخرطون في أساليب التعليم العميق الى تفضيل أسلوب الاستنتاج، والربط، وفرق العمل، ودراسة الحالات العملية.

وقد وجد (Entwistle,et.al,1990) أن المعلم يدفع الطالب لاستخدام الطريقة السطحية، أو الاستراتيجية في التعلم، وذلك عن طريق تأكيد وتقييم المعرفة الواقعية له، وأيضا قد يدفعه إلى استخدام الطريقة العميقة، وذلك عند تدريب الطلاب عليها، أو عند تبني أساليب تعليمية متعددة أثناء دراسته الجامعية.

كما أوضح (Chung, C.,et.al,2011) أن الطلاب الذين فضلوا الدراسة من خلال المشاريع والتجارب العملية بدلاً من المحاضرات والاختبارات التقليدية، سيكون أداؤهم الأفضل عندما يخضعون للتقييم الذي يعتمد على المحاكاة، أو التجربة الفعلية.

وقد أشار (Heidt,et.al,2015) إلى أن استخدام أسلوب التعليم الاستراتيجي الذي يعتمد على التقنيات والمبادئ والقواعد من أجل تسهيل عملية الاكتساب والممارسة، والاندماج مع مشاكل البيئة المحيطة، وتخزين المعلومات عبر المواقف أو بالتجربة، لهو من أفضل الطرق التعليمية؛ حيث يستخدم الطلاب طرق التعلم الاستراتيجية، والتي تعتمد على العصف الذهني، والعمل الجماعي، والتعلم التعاوني... إلخ جنبا إلى جنب، مع الطرق العميقة والسطحية لإيجاد الطريقة الأفضل للتعلم و لتقييم الطلاب ايضاً.

وقد استهدفت دراسة (Julie,et.al,2014) إلى قياس مدى التوافق بين نوع التقييم المفضل لدى الطلاب وأدائهم فيه، وقد قامت الدراسة بتحديد أربعة أنواع من التقييم وهي: الحفظ، التحليل، الإبداع، والتطبيق العملي، فإذا قال الطلاب أنهم يفضلون التقييم الذي يختبر قدراتهم الإبداعية، فهل بالفعل يؤدون بصورة أفضل في مهام و أنشطة التقييم التي تتطلب إستخدام عنصر الإبداع؟ وقد وجدت الدراسة أنه في حين كان للطلاب تفضيل واضح للحفظ، إلا ان مستوى ادائهم لم يكن الافضل فى المهام و الأنشطة التى تعتمد على أسلوب الحفظ

كما وجدت الدراسة أنه لم يكن هناك أي علاقة على الإطلاق بين تفضيلات الطلاب في نوع التقييم وأدائهم في التقييمات المرتبطة به. وقد أشارت دراسة (Saxton,2015) إلى أن تقييمات أداء الطلاب التي تعتمد على أسلوب المحاكاة تزيد من حماس الطلاب، فهي وسيلة لقياس مدى تعلّمهم، وقدرتهم على تفسير الواقع العملي، وأن استخدام أسلوب حل المشكلات يعتبر بمثابة أفضل أساليب التعلم التي تحفّز الطلاب على المشاركة الفعلية، وذلك من خلال دمج الواقع العملي بالمناهج الدراسية، وتحفيز المشاركة الذاتية، والعمل الجماعى (Maringe, F,2006)، (B. S. Bloom's) 1956. كما اقترح (Tina, 2015) بتطبيق أسلوب رسم خرائط المفاهيم؛ حيث يعتمد هذا الأسلوب على استكشاف وقياس مدى التغير في مستويات التعلم والتحصيل لدى الدارس، وذلك باستخدام أربعة طرق

لقياس مستوى التقدم الذي طرأ في (حجم المعرفة، جودة العلاقات، جودة بيئة العمل الإدارية، والجودة الشاملة) التي استفاد منها الدارس بمرحلة التعليم العالي وأوضحت الدراسة أنه في حين كانت عملية الحفظ هي المفضلة لدى الطلاب، إلا أن أداءهم لم يكن هو الأفضل في المهام التي تتطلبها عملية الحفظ، كما لم يكن هناك أي علاقة على الإطلاق بين ما فضله الطلاب من أنواع التقييم وأدائهم فيه هذا علاوة على أن بعض الدراسات قد أوضحت أن حكم الطلاب على مدى فعالية التجارب العملية قد يكون إيجابيًا بالرغم من أن حكم المتخصصين قد يكون عكس رأيهم أحيانا. (Bacon,2016). ورغم أن النتائج جاءت بالإشارة إلى عدم قدرة الطلاب على ربط أدائهم بما هو مفضل لديهم من أنواع التقييم، إلا أن نتائج البحث انتهت إلى أن الطلاب يتحمسون بالفعل لتعلم ما قد يظهر نقاط قوتهم، بغض النظر عن أدائهم الجيد في أي نوع من أنواع التقييم الأخرى المتبعة داخل المؤسسة التعليمية.

كما أوضحت بعض الدراسات، ومنها دراسة (Bressler,2017) إلى أن الطلاب يفضلون أسلوب الاختبارات التحريرية والأسئلة المقالية كأفضل الطرق لتقييم معرفتهم عن المفاهيم الأساسية المرتبطة بالمادة العلمية.

مجتمع وعينة البحث:

مجتمع البحث هم خريجو المؤسسات التعليمية العليا (جامعات – معاهد عليا – أكاديميات) بشكل عام في إقليم القاهرة الكبرى، والتي تعتبر من أكثر المناطق حضاريًا بجمهورية مصر العربية.

عينة البحث:

طبقًا لتوصيف مجتمع البحث، فإن أسلوب المعاينة العشوائية البسيطة هو الأسلوب الأمثل للمعاينة الذي سوف يتم تطبيقه بالبحث Simple Radom's sample، وذلك باستخدام جداول المعاينة العشوائية(عاشور وآخرون(1995) لتقدير عينة البحث عند خطأ معاينة Sampling error (d= %5)، تم التوصل إلى أن حجم العينة (n=400) مفردة. و قد تم تجميع استجابات الخريجين من مؤسسات التعليم العالى (حكومية – إقليمية – خاصة)، من خلال المقابلات الشخصية هذا بالإضافة الى استخدام بعض التقنيات التكنولوجية من أهمها (الواتس أب – البريد الألكترونى) و قد راعت الباحثة ان يكون هؤلاء الخريجين من العاملين و فى فئة عمرية من 25- أقل من 35 عام.

استخدمت الباحثة كلاً من المنهج الوصفى والإستنباطى.

فروض الدراسة:

1) لا يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية للمتغيرات المتعلقة بالاحتياجات والرغبات والتوقعات على رضا الخريج عن مستوى الخدمة التعليمية المقدمة.
2) لا يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية للمتغيرات المتعلقة بالاحتياجات والرغبات والتوقعات على تقييمات وتقديرات الخريج.
3) لا يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية لتقديرات الطلاب في المواد المختلفة على توصية الخريج للآخرين بالالتحاق بنفس المؤسسة التعليمية.
4) لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية من حيث توصية الخريج للآخرين بالالتحاق بالمؤسسة التعليمية باختلاف طبيعتها (حكومية – إقليمية – خاصة).

أداة البحث:

تم عرض أداة البحث (استمارة الاستقصاء) [3] على مجموعة من الأكاديميين والخبراء في مجال التعليم العالي، كما تم إجراء بعض التعديلات عليها؛ حيث تحتوي على خمسة أجزاء رئيسية هي"

الجزء الأول: ما يرتبط باسم الجامعة وعلامتها التجارية، ويتكون من 13 عنصرا.

الجزء الثاني: يرتبط باحتياجات ورغبات وتوقعات الطالب قبل التحاقه بالمؤسسة التعليمية، وعددها ثمانية عناصر.

الجزء الثالث: فهو يرتبط برضا الخريج عن الخدمة التعليمية، وأساليب التعليم والتعلم المتبعة.

الجزء الرابع: جاء ليعرض التقييمات والتقديرات التي حصل عليها الخريج أثناء دراسته بالمؤسسة التعليمية.

3- مرفق بالملاحق.

الجزء الخامس: فيتضمن توصية الخريج للآخرين بالالتحاق بتلك المؤسسة التعليمية.

والجدير بالذكر أنه تم استخدام مقياس ليكرت (LECART) المتدرج الخماسي.

نتائج الدراسة الاستطلاعية:

قامت الباحثة بإجراء دراسة استطلاعية على عينة مكونة من (50) مفردة من خريجي الجامعات والمعاهد العليا (القاهرة – الجيزة – القليوبية)، وبحساب معامل ثبات ألفاكرونباح ($\alpha = 0.897$)، وبحساب معامل صدق الأداة، تبين أنه يمثل بحوالي (0.947)، الأمر الذي يعكس أن أداة البحث تتمتع بدرجة عالية من الثبات والمصداقية، كما تم استخدام المنهج الوصفي الذي اعتمد على دراسة العلاقات والمنهج الاستدلالي لتحديد خصائص مفردات البحث.

أولاً: دراسة أهم الأسباب وراء الالتحاق بالجامعة / الأكاديمية / أو المعهد:-

أكدت النتائج بجدول رقم (1- ملحق رقم 1)على وجود تباينات واضحة بين التصنيفات الثلاثة من الجامعات (إقليمية – حكومية – خاصة) من حيث أسباب الالتحاق بالجامعة؛ حيث نجد أهم الأسباب وراء التحاق **الطالب بالجامعات الخاصة جاءت على النحو التالي:**

- أساليب تقويم الطلاب المتبعة بها.
- أنشطتها التسويقية والترويجية.
- جودة الخدمة التعليمية المقدمة للطلاب.
- وأخيرا أسباب متعلقة (بوجود أخوة – أصدقاء – أقارب له بالجامعة).

بينما جاءت أهم الأسباب وراء الالتحاق بالجامعات الحكومية:

- مصاريف التعليم المناسبة.
- عراقتها وترتيبها بين الجامعات المنافسة.
- استقرارها المادي والإداري.
- أسباب متعلقة بأساليب تقويم الطلاب المتبعة بها.

أما عن أهم الأسباب وراء التحاق الطالب بالجامعات الإقليمية:

- التحاقي بالجامعة جاء عفويًا (دون رغبة مني بسبب مكتب التنسيق ومجموعي في المرحلة الثانوية).
- مصاريف التعليم المناسبة.
- بعض السمات والمتطلبات الشخصية (قربها من المنزل،... إلخ).
- أسباب متعلقة بوجود (أخوة – أصدقاء – أقارب لي بالجامعة).

و قد توافقت هذه النتيجة مع دراسة (Nguyen 2011) فيما يخص خريجى الجامعات الحكومية الذين حرصوا على التحاقهم بمؤسسة تعليمية ذات سمعة ومكانة ناتجة عن عراقتها و ترتيبها بين الجامعات المنافسة مما ادى ذلك الى تكوين صورة ذهنية لدى الطالب حين التحاقة بها أثرت ايجابياً على قيمة العلامة التجارية لها.

ثانيا: دراسة العلاقات الارتباطية بين المتغيرات المتعلقة بالاحتياجات والرغبات والتوقعات مع بعضها البعض:

أكدت النتائج بجدول رقم (2- ملحق رقم 1)على وجود علاقات ارتباطية معنوية عند مستوى (0.01)، (0.05) بشكل كبير، وأن العلاقات غير المعنوية جاءت محدودة جدًا، الأمر الذي يجعلنا نأخذ ذلك بعين الاعتبار عند تقدير معالم الانحدار بنموذج الانحدار حالة استخدام تحليل الانحدار المتعدد " Multiple Regression Analysis".

حيث إن ذلك يعرض النموذج لمشكلة الازدواج الخطي Multi-Colinearity.

ثالثًا: اختبار صحة فرضيات البحث:

لاختبار صحة الفرض الأول للدراسة: "لا يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية للمتغيرات المتعلقة بالاحتياجات والرغبات والتوقعات على رضا الخريج عن مستوى الخدمة التعليمية المقدمة".

لاختبار صحة الفرض السابق الإشارة إليه لا بد من إعادة صياغته من خلال الفروض الفرعية الأربعة التالية:

- الفرض الفرعي الأول: لا يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية للمتغيرات المتعلقة بالاحتياجات والرغبات والتوقعات على رضا الخريج عن التحاقه بتخصصه العلمى بمؤسسته التعليمية (جامعة – أكاديمية – معهد).
- الفرض الفرعي الثاني: لا يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية للمتغيرات المتعلقة بالاحتياجات والرغبات والتوقعات على رضا الخريج عن أساليب التعليم والتعلم المتبعة بالمؤسسة التعليمية.
- الفرض الفرعي الثالث: لا يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية للمتغيرات المتعلقة بالاحتياجات والرغبات والتوقعات على رضا الخريج عن أسلوب التقييم المتبع لوضع الدرجات للطلاب بطريقة عادلة.
- الفرض الفرعي الرابع: لا يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية للمتغيرات المتعلقة بالاحتياجات والرغبات والتوقعات على رضا الخريج عن مدى تحقيقه لطموحاته الوظيفية بسوق العمل.

استخدمت الباحثة أسلوب تحليل الانحدار المتعدد التدريجي. " Multiple stepwise Regression Analysis" وذلك للحد من مشكلة الازدواج الخطي Multi – Coliniarity، فيما يلي عرض نتائج اختبار صحة الفرض الأول للدراسة:

1- نتائج اختبار صحة الفرض الفرعي الأول:

أكدت النتائج بجدول رقم (3- ملحق رقم 1)على معنوية نموذج الانحدار المقدر؛ حيث بلغت قيمة اختبار ف (ف المحسوبة = 86.802)، مما يؤكد على دلالتها الإحصائية عند مستوى معنوية 0.01، وذلك بدرجات حرية (3،396)، كما أكدت النتائج على أن أهم المتغيرات ذات الأثر على رضا الخريج جاءت على النحو التالي:

- نوعية الدراسة تعتمد على التطبيق والتنفيذ المهني.
- توافر المواد العلمية بطريقة تتفق مع قدراتي المعرفية والمادية.
- سهولة الاطلاع والبحث بالمراجع العلمية والإلكترونية.
- نوعية الدراسة تعتمد على التحليل والربط والاستنتاج بين الموضوعات الدراسية.
- رغبتي في المشاركة بالأنشطة الطلابية (اجتماعية – ثقافية – فنية – جوالة).
- سهولة التواصل مع أعضاء هيئة التدريس ومعاونيهم.
- سهولة الاطلاع والبحث بالمراجع العلمية والإلكترونية.
- نوعية الدراسة تعتمد على التطبيق والتنفيذ المهني.
- نوعية الدراسة تعتمد على الإبداع والتفكير والابتكار.

والجدير بالذكر أن تأثير المتغيرات الثلاثة السابق الإشارة إليها جاءت طردية، كما أنها ساهمت في تفسير التغيرات التي تطرأ على الرضا عن الالتحاق بالمؤسسة التعليمية (متغير تابع) بحوالي 39.7 % فقط، كما أن الخطأ المعياري جاء محدودا إلى حد ما.

فرضا الخريج بناء على احتياجاته ورغباته التي قد تحققت من وجهة نظره، والتي يراها تتم من خلال تطبيق الأسلوب المهني، وربط المواد التعليمية بالواقع العملي؛ حيث إن الكثير من الخريجين قد أكدوا على ضرورة توافر المراجع العلمية وخاصة الإلكترونية لتحقيق سهولة الاطلاع، وذلك من خلال ضرورة توافر المعامل، والمكتبات الرقمية الحديثة، وكذلك توفير أمناء لتلك المكتبات مدربين على تسهيل عملية الاطلاع والبحث للطلاب، ولديهم مهارة التواصل وخدمة الآخرين، والتي يرى الخريج أن لذلك دورا كبيرا في تحقيق مستويات عالية من رضاهم عن الخدمة التعليمية المقدمة.

مما سبق يمكننا رفض صحة الفرض الفرعي الأول.

2- نتائج اختبار صحة الفرض الفرعي الثاني للفرض الأول:

أكدت النتائج بجدول رقم (4- ملحق رقم 1)على معنوية نموذج الانحدار المقدر؛ حيث بلغت قيمة اختبار "ف" (ف المحسوبة = 52.997)، مما يؤكد على دلالتها الإحصائية عند مستوى معنوية 0.01 وذلك بدرجات حرية (6،393)، كما أكدت النتائج على أن أهم المتغيرات ذات الأثر على رضا الخريج عن أساليب التعليم والتعلم، جاءت كما يلي:-

والجدير بالذكر أن جميع المتغيرات السابقة الإشارة إليها ذات الأثر جاءت طردية، كما أنها ساهمت في تفسير حوالي 45% من التغيرات التي تطرأ على الرضا عن أساليب التعليم والتعلم المتبعة بالمؤسسة التعليمية – (متغير تابع)، كما أن الخطأ المعياري جاء محدودا إلى حد ما.

إن رضا الخريج المصري عن أساليب التعليم والتعلم بمؤسسات التعليم اعتمد بالدرجة الأولى على أسلوب الدراسة الذي يعتمد على التفكير والربط والتحليل، والذي يكون لأستاذ المادة وعضو هيئة التدريس المعاون دور أساسي في الشرح وتوصيل المعلومة، والرد على أي استفسار أو مشكلة تقف أمام الطالب.

وهنا نجد أن نوعية الدراسة التي تعتمد على التطبيق والتنفيذ المهني قد جاءت في الترتيب الخامس، مع أنها جاءت في الترتيب الأول في أسباب التحاق الخريج بالمؤسسة التعليمية، الأمر الذي يجعلنا ننتبه إلى أنه قد يكون هناك أسباب وراء رغبة الطالب في الالتحاق بمؤسسة تعليمية بعينها، وبمجرد أنه قد أصبح طالبا فيها، أو تخرج منها فهو قد يرى أساليب دراسية أخرى قد طبقت أثناء دراسته، والتي قد تسببت في رضاه عن تلك الأساليب التعليمية التي كانت سببا من أسباب التحاقه بتخصص محدد بالمؤسسة التعليمية.

وعلينا أن نؤكد أيضا على أنه ليس بالضرورة أن كل خريج راضٍ عن مؤسسته التعليمية التي تخرج منها، فهو بالضرورة سيوصي الآخرين بالالتحاق بها.

وفي هذا السياق وعلى جانب آخر فقد اقتربت هذه النتيجة مع ما أشار اليه (منصور، 2018) إلى أنه ليس كل عميل راضٍ عن أداء خدمة معينة سيكون بالتبعية لديه ولاء للمنظمة التي قدمت تلك الخدمة.

مما سبق يمكننا رفض صحة الفرض الفرعي الثاني للفرض الأول.

3- نتائج اختبار صحة الفرض الفرعي الثالث للفرض الأول:

أكدت النتائج بجدول رقم (5- ملحق رقم 1) على معنوية نموذج الانحدار المقدر؛ حيث بلغت قيمة اختبار "ف" (ف المحسوبة = 69.305)، مما يؤكد على دلالتها الإحصائية عند مستوى معنوية 0.01، وذلك بدرجات حرية (4،395)، كما أكدت النتائج على أن أهم المتغيرات ذات الأثر على رضا الخريج عن أساليب التقييم المتبعة، جاءت كالتالي:

- رغبتي في المشاركة بالأنشطة الطلابية (اجتماعية – ثقافية – فنية – جوالة).
- سهولة التواصل مع أعضاء هيئة التدريس ومعاونيهم.
- توافر المواد العلمية بطريقة تتفق مع قدراتي المعرفية والمادية.
- نوعية الدراسة التي تعتمد على الإبداع والتفكير والابتكار.

والجدير بالذكر أن جميع المتغيرات السابق الإشارة إليها ذات الأثر في الرضا عن أسلوب التقييم المتبع لوضع درجات الطلاب – (متغير تابع) جاء طرديًّا.

إلا أنها ساهمت في تفسير حوالي 47% من التغيرات التي تطرأ في الرضا عن أسلوب التقييم المتبع لوضع درجات الطلاب – متغير تابع، كما أن الخطأ المعياري جاء محدودا إلى حد ما.

ومن هذه النتيجة يجد الطالب المصري أن عضو هيئة التدريس هو الأساس – وأحيانا معاونوه – في عملية تقييم أدائه؛ لما لهما من دور أساسي وإرشادي، بدايةً من فهم المادة العلمية وإعطائهم أمثلة للربط والتحليل، أو حالات عملية لتنمية قدراتهم على التطبيق العملي، وكذلك عند توجيههم لمجال الإبداع والابتكار.

فالطالب عندما يشارك بأنشطة رياضية، أو مشاركات اجتماعية وثقافية،... إلخ، وتؤخذ بعين الاعتبار عند تقييم أدائه من جانب أساتذته فسيكون راضيا عن أسلوب التقييم المتبع لوضع درجات الطلاب.

مما سبق يمكننا رفض صحة الفرض الفرعي الثالث للفرض الأول.

4- نتائج اختبار صحة الفرض الفرعي الرابع للفرض الأول:

أكدت النتائج بجدول رقم (6- ملحق رقم 1)على معنوية نموذج الانحدار المقدر؛ حيث بلغت قيمة اختبار "ف" (ف المحسوبة = 46.421)، مما يؤكد على دلالتها الإحصائية عند مستوى معنوية 0.01، وذلك بدرجات حرية (4،395)، وجاءت أهم المتغيرات ذات الأثر **على النحو التالي:**

- توافر المواد العلمية بطريقة تتفق مع قدراتي المعرفية والمادية.
- رغبتي في المشاركة بالأنشطة الطلابية (اجتماعية – ثقافية – فنية – جوالة...) إلخ.
- نوعية الدراسة تعتمد على التفكير والتحليل والربط بين الموضوعات الدراسية.
- سهولة التواصل مع أعضاء هيئة التدريس ومعاونيهم.

والجدير بالذكر أن جميع المتغيرات السابق الإشارة إليها ذات الأثر في رضا الخريج عن المؤسسة التعليمية، والتي حققت طموحاته الوظيفية بسوق العمل (متغير تابع) جاءت طردية، كما أنها ساهمت في تفسير حوالي 32 % من المتغيرات التي تطرأ على رضا الخريج بالتحاقه بالجامعة؛ حيث حقّقت الكثير من طموحاته الوظيفية، إلا أن الخطأ المعياري جاء محددا إلى حد ما.

فقد أكدت النتائج على أن تنوع مصادر المواد العلمية بدايةً من المصادر المباشرة بالمحاضرة، أو قاعات البحث... إلخ، إلى الأسلوب الإلكتروني والورقي قد حقق توافقًا مع رغبات وميول الطلاب المتنوعة، مما يساعد بالارتقاء بالمستويات العلمية والمعرفية لديهم، هذا بالإضافة إلى أن سهولة الاتصال مع أعضاء هيئة التدريس ومعاونيهم يثري بشكل واضح من نتاج العملية التعليمية، ويؤثرعلى الطالب، كما يساهم في تحقيق طموحات الخريج.

مما سبق يمكننا رفض صحة الفرض الفرعي الرابع للفرض الأول للدراسة.

مما تقدم يمكننا رفض صحة الفرض الأول وبشكل مطلق.

اختبار صحة الفرض الثاني:

"لا يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية للمتغيرات المتعلقة بالاحتياجات والرغبات والتوقعات على تقييمات وتقديرات الخريج".

ولاختبار صحة الفرض السابق لا بد من إعادة صياغته من خلال الفروض الفرعية التالية:

- **الفرض الفرعي الأول:** لا يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية للمتغيرات المتعلقة بالاحتياجات والرغبات والتوقعات على التقدير في المواد التي تعتمد على الحفظ والقدرة على استرجاع المعلومة.
- **الفرض الفرعي الثاني:** لا يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية للمتغيرات المتعلقة بالاحتياجات والرغبات والتوقعات على التقدير في المواد التي تعتمد على الأسئلة المقالية المباشرة.
- **الفرض الفرعي الثالث:** لا يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية للمتغيرات المتعلقة بالاحتياجات والرغبات والتوقعات على التقدير في المواد التي تعتمد على الربط والتفكير والتحليل.
- **الفرض الفرعي الرابع:** لا يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية للمتغيرات المتعلقة بالاحتياجات والرغبات والتوقعات على التقدير في المواد التي تعتمد على الابتكار والتجديد والإبداع.
- **الفرض الفرعي الخامس:** لا يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية للمتغيرات المتعلقة بالاحتياجات والرغبات والتوقعات على التقدير في المواد التي تعتمد على فرق العمل والمشاريع.
- **الفرض الفرعي السادس:** لا يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية للمتغيرات المتعلقة بالاحتياجات والرغبات والتوقعات على التقدير في المواد التي تعتمد على حل المشكلات والحالات العملية.

استخدمت الباحثة أسلوب تحليل الانحدار المتعدد التدريجي Multiple stepwise Regression

Analysis، وذلك للحد من مشـــكلة الازدواج الخطي Multi-colinearity.

وفيما يلي عرض النتائج:

1- اختبار صحة الفرض الفرعي الأول للفرض الثاني للدراسة:

1/1 دراســـــة العلاقة بين الرغبات والتوقعات مع (المتغيرات التابعة التالية) تقديرات المواد التي تعتمد على الحفظ والقدرة على استرجاع المعلومة.

أكدت النتائج بجدول رقم (7- ملحق رقم 2)على عدم وجود علاقة ارتباطية معنوية؛ حيث بلغت قيمة معامل الارتباط (ر= 0.006)، وقد أكدت على ذلك أيضـا قيمة المعنوية المصـاحبة لمعامل الارتباط، والتي جاءت ضـــعيفة جدًا (0.900)، والتي أكدت على عدم معنوية معامل الارتباط، أي: أنه لا بد من قبول فرض العدم الذي يؤكد على أن معامل الارتباط يكافئ الصـفر HO:ρ=0.

2/1 دراســـــة تأثير المتغيرات المتعلقة بالاحتياجات والرغبات والتوقعات على تقديرات الخريج (في المواد التي تعتمـد على الحفظ والقـدرة على اســـترجـاع المعلومة).

أكدت النتائج بجدول رقم (8- ملحق رقم 2)على معنوية نموذج الانحدار المقدر؛ حيث بلغت قيمة اختبار "ف " (ف المحســـوبة = 20.029)، مما يؤكد على دلالتها الإحصـــائية عند مســـتوى معنوية 0.01 وذلك بدرجات حرية (2،397)، كما أكدت النتائج على أن أهم المتغيرات ذات الأثر على تقييم الطلاب وتقديراتهم في المواد التي تعتمد على الحفظ جاءت كما يلي:

- نوعية الدراســـــة التي تعتمد على الإبداع والتفكير والابتكار.
- توافر المواد العلمية بطريقة تتفق مع قدراتي المعرفية والمادية.

والجدير بالذكر أن تأثير المتغيرين السابق الإشارة إليهما بالنموذج المقدر جاء طرديًا، كما أنهما يفســـران حوالي 9.2% فقط من التغيرات التي تطرأ على تقييمات الخريج من حيث التقدير في المواد التي تعتمد على الحفظ والقدرة على اسـترجاع المعلومة، كما جاء الخطأ المعياري كبيرا نسبيًا؛ حيث إن إمكانية الاعتماد على الحفظ والتلقين أصبحت لدى الكثير غير مجدية.

فالحديث الآن على أن بعض المواد التي قد يعتقد الطلاب أنهـا تعتمـد على الحفظ؛ كـالمواد الإداريـة، أو القوانين الإحصـائية باتت مسـتحيلة؛ حيث يجب اسـتخدام أساليب وطرق تساعد على استرجاع المعلومة بشكل يعتمد على المنطق والتفكير، والربط والاستنتاج.. إلخ.

وبناء عليه نجد أن الطالب يستطيع أن يختار من بين تلك الطرق والأسـاليب ما يتناسـب مع قدراته الذهنية، والتي تزيد بالتبعية من قدراته المعرفية.

مما سـبق يمكننا رفض صـــحة الفرض الفرعي الأول للفرض الثاني.

2- اختبار صحة الفرض الفرعي الثاني للفرض الثاني للدراسة:

1/2 دراسة العلاقة بين الرغبات والتوقعات مع تقديرات المواد التي تعتمد على الأسئلة المقالية المباشرة.

وقد جاءت النتائج على النحو التالي:-

أكدت النتائج بجدول رقم (9- ملحق رقم 2)على عدم وجود علاقة ارتباطية معنوية؛ حيث أكدت على ذلك قيمة معامل الارتباط (ر= 0.080)، وقد أكدت على ذلك أيضـا قيمة المعنوية المصـاحبة لمعامل الارتباط، والتي جاءت ضعيفة جدًا، والتي أكدت على عدم معنوية معامل الارتباط، أي: أنه لا بد من قبول فرض العدم الذي يؤكد على أن معامل الارتباط يكافئ الصـــفر HO:ρ=0.

2/2 دراســـــة تأثير المتغيرات المتعلقة بالاحتياجات والرغبات والتوقعات على تقديرات الخريج في المواد التي تعتمد على الأسئلة المقالية.

أكـدت النتـائج بجـدول رقم (10- ملحق رقم 2)على معنوية نموذج الانحدار المقدر؛ حيث بلغت قيمة اختبار "ف" (ف المحسوبة = 43.188)، مما يؤكد على دلالتها الإحصـــائية عند مســـتوى معنوية 0.01، وذلك بدرجات حرية (4، 395)، كما أكدت النتائج على أن أهم المتغيرات ذات الأثر جاءت على النحو التالي:

- نوعية الدراسة تعتمد على الإبداع والتفكير والابتكار.
- رغبتي في المشاركة بالأنشطة الطلابية (اجتماعية – ثقافية – فنية – جوالة).
- سهولة التواصل مع أعضاء هيئة التدريس ومعاونيهم.
- سهولة الاطلاع والبحث بالمراجع العلمية والإلكترونية.

والجدير بالذكر أن جميع المتغيرات السابق الإشارة إليها ذات الأثر في تقييم الطلاب من حيث التقدير في المواد التي تعتمد على الأسئلة المقالية (المباشرة) – متغير تابع جاءت طردية، كما أنها ساهمت في تفسير حوالي 30% من التغيرات التي تطرأ على تقييم الطلاب في تلك المواد، كما أن الخطأ المعياري للنموذج جاء محدودا إلى حد ما.

حيث إن تفضيلات الطلاب التي تعتمد على اختيار أسلوب الحفظ كأحد الأساليب التعليمية جاءت نتائجهم في الاختبارات التي تعتمد على الأسئلة المباشرة والحفظ ضعيفة.

وقد جاءت النتائج تؤكد على عدم وجود علاقة بين ما فضلته عينة البحث من اتباع أسلوب الحفظ، والأسئلة المباشرة كنوع من أنواع التقييم، وقد توافقت تلك النتائج مع دراسة (Julie,et.al,2014) التي إنتهت إلى أن عملية الحفظ قد جاءت هي المفضلة لدى الطلاب، إلا أن أداءهم لم يكن هو الأفضل في المهام التي تتطلبها عملية الحفظ، كما أنه لم يكن هناك أي علاقة على الإطلاق بين ما فضله الطلاب من أنواع التقييم وأدائهم فيه؛ حيث انتهى إلى أن الطلاب يتحمسون بالفعل لتعلم ما قد يظهر نقاط قوتهم، بغض النظر عن أدائهم الجيد في أي نوع من أنواع التقييم الأخرى المتبعة داخل المؤسسة التعليمية.

مما سبق يمكننا رفض صحة الفرض الفرعي الثاني للفرض الثاني.

3- نتائج اختبار صحة الفرض الفرعي الثالث للفرض الثاني للدراسة:

1/3 دراسة العلاقة بين الرغبات والتوقعات مع تقديرات المواد التي تعتمد على الربط والتفكير والتحليل.

وقد جاءت النتائج على النحو التالي:-

أكدت النتائج بجدول رقم (11- ملحق رقم 2) على وجود علاقة ارتباطية معنوية عند مستوى معنوية 0.01، وقوية إلى حد ما، وقد أكدت النتائج على وجود اتفاق بين التوقعات والرغبات مع تقديرات الطلاب في المواد التي تعتمد على الربط والتفكير والتحليل؛ حيث أكد على ذلك حوالي 52.5% من مشاهدات عينة البحث.

2/3 دراسة تأثير المتغيرات المتعلقة بالاحتياجات والرغبات والتوقعات على تقديرات الخريج في المواد التي تعتمد على الربط والتفكير والتحليل.

أكدت النتائج بجدول رقم (12- ملحق رقم 2)على معنوية نموذج الانحدار المقدر؛ حيث بلغت قيمة اختبار "ف" (ف المحسوبة = 19.547)، مما يؤكد على دلالتها الإحصائية عند مستوى معنوي 0.01، وذلك بدرجات حرية (5،394)، كما أكدت النتائج على أن أهم المتغيرات ذات الأثر على التقدير في المواد التي تعتمد على الربط والتفكير والتحليل. جاءت على النحو التالي:-

- توافر المواد العلمية بطريقة تتفق مع قدراتي المعرفية والمادية. تأثير طردي
- سهولة التواصل مع أعضاء هيئة التدريس ومعاونيهم. تأثير طردي
- سهولة الاطلاع والبحث بالمراجع العلمية والإلكترونية. تأثير عكسي
- نوعية الدراسة وأساليب التعليم تعتمد على الحفظ والقدرة على استرجاع المعلومة. تأثير عكسي
- نوعية الدراسة تعتمد على التحليل والربط والاستنتاج بين الموضوعات الدراسية. تأثير طردي

مرتبة حسب درجة التأثير (حسب قيم المعاملات المعيارية)، إلا أن هذه المتغيرات الخمس قد ساهمت في تفسير التغيرات التي تطرأ على تقدير الطلاب في المواد

التي تعتمد على الربط والتفكير والتحليل بحوالي 20% أيضا الخطأ المعياري للنموذج جاء كبيرا إلى حد ما.

حيث أكدت النتائج أن الطالب يفضل تنوع مصادر المعرفة، وسهولة التواصل مع أعضاء هيئة التدريس ومعاونيهم، وتذليل الصعوبات التي قد تواجهه أثناء عملية التعلم الذاتي، والتي تتم من خلال الاطلاع والبحث في المراجع العلمية والإلكترونية، والبعد عن الاعتماد الكلي والوحيد لأسلوب السرد والقراءة السطحية، وكذلك عدم الاعتماد على نقل المادة العلمية من مراجعها العلمية الإلكترونية فقط دون فهم، والاعتماد على أسلوب الفهم العميق للمادة العلمية، والعمل على توجيه الطالب لاستنتاج النتائج وربطها، ومقارنتها بما توصل إليه الغير كلٌ فى مجال تخصصه.

مما سبق يمكننا رفض صحة الفرض الفرعي الثالث للفرض الثاني.

4- اختبار صحة الفرض الفرعي الرابع للفرض الثاني للدراسة:

أكدت النتائج بجدول رقم (13- ملحق رقم 2)

1/4 دراسة العلاقة بين الرغبات والتوقعات مع تقديرات المواد التي تعتمد على الابتكار والتجديد والإبداع:

على وجود علاقة ارتباطية معنوية عند مستوى معنوية 0.01 وقوية إلى حد ما، كما أكدت على وجود اتفاق بين التوقعات والرغبات مع تقديرات الطلاب في المواد التي تعتمد على الابتكار والتجديد والإبداع؛ حيث أكد على ذلك حوالي 52.8% من مشاهدات عينة البحث.

2/4 دراسة تأثير المتغيرات المتعلقة بالاحتياجات والرغبات والتوقعات على تقديرات الخريج في المواد التي تعتمد على الابتكار والتجديد والإبداع.

أكدت النتائج بجدول رقم (14- ملحق رقم 2)على معنوية نموذج الانحدار المقدر؛ حيث بلغت قيمة اختبار "ف" (ف المحسوبة = 14.570)، مما يؤكد على دلالتها الإحصائية عند مستوى معنوية 0.01، وذلك بدرجات حرية (5،394)، كما أكدت النتائج على أن أهم التغيرات ذات الأثر جاءت على النحو التالي:

- نوعية الدراسة تعتمد على الإبداع والتفكير والابتكار. تأثير طردي
- سهولة التواصل مع أعضاء هيئة التدريس ومعاونيهم. تأثير طردي
- توافر المواد العلمية بطريقة تتفق مع قدراتي المعرفية والمادية. تأثير طردي
- نوعية الدراسة وأساليب التعليم تعتمد على الحفظ والقدرة على استرجاع المعلومة. تأثير عكسي

مرتبة حسب درجة التأثير (حسب قيم المعاملات المعيارية)، إلا أن هذه المتغيرات قد ساهمت في تفسير التغيرات التي تطرأ على تقدير الطلاب في المواد التي تعتمد على الابتكار والتجديد والإبداع بحوالي 16% أيضا الخطأ المعياري للنموذج جاء كبيرا إلى حد ما.

فنوعية هؤلاء الطلاب رغم ندرتها فهي تفضل تهيئة فرصة ومساحة من جانب أستاذ المادة وواضعي البرامج التعليمية للإبداعِ والتفكير، والإضافة إلى ما انتهى إليه الغير، وذلك رغبة منهم فى إحداث التطوير والتحسين المطلوبين.

فقليل من أعضاء هيئة التدريس ومعاونيهم في الدول النامية ممن يؤمنوا بقدرات الطلاب الإبداعية، كما جاءت النتائج تؤكد على أن نوعية الدراسة التي تعتمد على الحفظ والقدرة على استرجاع المعلومة تؤثر عكسيًّا على أداء الطالب الإبداعي، وهذا نتيجة اعتقاده بأن هذه المواد الدراسية تستقطع الكثير من وقته ومجهوده الذي يرى أنه كان من الممكن استثماره في مجال الابتكار والتجديد والإبداع.

مما سبق يمكننا رفض صحة الفرض الفرعي الرابع للفرض الثاني.

5- اختبار صحة الفرض الفرعي الخامس للفرض الثاني للدراسة:

1/5 دراسة العلاقة بين الرغبات والتوقعات مع تقديرات المواد التي تعتمد على فرق العمل والمشاريع:

أكدت النتائج بجدول رقم (15- ملحق رقم 2)على وجود علاقة ارتباط معنوية عند مستوى معنوية 0.01 وقوية (ر = 0.393)، وقد أكدت النتائج على

وجود اتفاق بين التوقعات والرغبات مع تقديرات الطلاب في المواد التي تعتمد على فرق العمل والمشاريع؛ حيث أكد على ذلك حوالي 55.3% من مشاهدات عينة البحث.

2/5 دراسة تأثير المتغيرات المتعلقة بالاحتياجات والرغبات والتوقعات على تقديرات الخريج فى المواد التي تعتمد على فرق العمل والمشاريع

أكدت النتائج بجدول رقم (16- ملحق رقم 2)على معنوية نموذج الانحدار المقدر؛ حيث بلغت قيمة اختبار "ف" (ف المحسوبة = 28.390)، مما يؤكد على دلالتها الإحصائية عند مستوى معنوية 0.01، وذلك بدرجات حرية (5،394)، كما أكدت النتائج على أن أهم المتغيرات ذات الأثر جاءت على النحو التالي:-

- نوعية الدراسة تعتمد على التحليل والربط والاستنتاج بين الموضوعات الدراسية. تأثير طردي
- سهولة التواصل مع أعضاء هيئة التدريس ومعاونيهم. تأثير طردي
- نوعية الدراسة تعتمد على الإبداع والتفكير والابتكار. تأثير طردي
- رغبتي في المشاركة بالأنشطة الطلابية (اجتماعية – ثقافية – فنية – جوالة..) إلخ. تأثير طردي
- نوعية الدراسة تعتمد على التطبيق والتنفيذ المهني. تأثير عكسي

مرتبة حسب درجة التأثير (حسب قيم المعاملات المعيارية)، إلا أن هذه المتغيرات الخمس قد ساهمت في تفسير التغيرات التي تطرأ على تقدير الطلاب في المواد التي تعتمد على فرق العمل والمشاريع بحوالي (26.5%)، وقد جاءت قيمة الخطأ المعياري كبيرة إلى حد ما.

أكدت النتائج على أن الطلاب الذين يفضلون أسلوب فرق العمل والمشاريع إنما يؤثر عليهم نوعية الدراسة التي تعتمد على الربط والتحليل، كما يكون لأعضاء هيئة التدريس ومعاونيهم دور أساسي في توجيههم؛ حيث يتم تطبيق أسلوب فرق العمل من خلال المشاريع البحثية التي تعتبر بمثابة تجربة عملية يتم فيها تحديد المهام والأنشطة المطلوبة، وتوزيعها على أعضاء الفريق ليتحمل كل فرد مسئولية إتمامها على الوجه المرضي للجميع.

هذا إلى جانب ما يوفره أسلوب فرق العمل من تنمية مهارات التواصل، والعرض الفعال، كما أنه يعتبر فرصة جيدة لتطبيق مفهوم القيادة بشكل عملي، ولكن للأسف فإننا في مجتمعاتنا العربية كثيرا ما نجد مشاكل لدى الطلاب عند إعدادهم لمشروع بحثي مشترك.

وقد جاءت دراسة (Chung, C., et.al, 2011) في هذا السياق تؤكدان على أن الطلاب الذين فضلوا الدراسة من خلال أسلوب المشاريع والتجارب العملية، سيكون أداؤهم أفضل عندما يخضعون للتقييم الذي يعتمد على فرق العمل، أو التجربة الفعلية.

مما سبق يمكننا رفض صحة الفرض الفرعي الخامس للفرض الثاني.

6- نتائج اختبار صحة الفرض الفرعي السادس للفرض الثاني:

فيما يلى عرض لنتائج اختبار صحة الفرض الفرعي السادس للفرض الثاني، وقد جاءت النتائج على النحو التالي:-

1/6 دراسة العلاقة بين الرغبات والتوقعات مع تقديرات المواد التي تعتمد على حل المشكلات والحالات العملية:

أكدت النتائج بجدول رقم (17- ملحق رقم 2)على وجود علاقة ارتباط معنوية عند مستوى معنوية 0.01 وقوية إلى حد ما، وقد أكدت النتائج على وجود اتفاق بين التوقعات والرغبات مع تقديرات الطلاب في المواد التي تعتمد على حل المشكلات والحالات العملية؛ حيث أكد على ذلك حوالي 53.3% من مشاهدات عينة البحث.

أكدت النتائج بجدول رقم (18- ملحق رقم 2)على معنوية نموذج الانحدار المقدر؛ حيث بلغت قيمة اختبار "ف" (ف المحسوبة = 26.022)، مما يؤكد على دلالتها الإحصائية عند مستوى معنوية 0.01، وذلك بدرجات حرية (3،396)، كما أكدت النتائج على أن أهم المتغيرات ذات الأثر جاءت على النحو التالي:

- سهولة التواصل مع أعضاء هيئة التدريس ومعاونيهم. تأثير طردي
- نوعية الدراسة تعتمد على التحليل والربط والاستنتاج بين الموضوعات الدراسية. تأثير طردي.
- نوعية الدراسة تعتمد على الإبداع والتفكير والابتكار. تأثير طردي

والجدير بالذكر أن جميع المتغيرات السابق الإشارة إليها ذات الأثر في تقييم الطلاب في المواد التي تعتمد على حل المشكلات والحالات العلمية – جاءت طردية.

كما أنها ساهمت في تفسير حوالي 16.5% من التغيرات التي تطرأ على تقييم الطلاب في المواد التي تعتمد على حل المشكلات والحالات العملية، كما أن الخطأ المعياري للنموذج جاء كبيرا نسبيًا.

أكدت النتائج السابقة على أن الطلاب الذين يفضلون استخدام أسلوب حل المشكلات والحالات العملية في التقييم جاءت أهم العناصر التي تؤثر عليهم هي نوعية الدراسة التي تعتمد على التطبيق والتنفيذ المهني لما لذلك من دور إيجابي في ثقل مهارة الخريج بسوق العمل، كما جاء أسلوب الدراسة التي يعتمد على التطبيق والتنفيذ المهني أيضا من أهم أسباب التحاق الخريج بالمؤسسة التعليمية.

مما سبق يمكننا رفض صحة الفرض الفرعي السادس للفرض الثاني.

و قد توافقت نتائج الفرض السابق قيما يخص اسلوب الحفظ كأحد الأساليب التعليمية المتبعة بالمؤسسات التعليمية مع دراسة (Tina, 2015) التى أكدت على أن عملية الحفظ هي المفضلة لدى الطلاب، إلا أن أداءهم لم يكن هو الأفضل في المهام التي تتطلبها عملية الحفظ، كما لم يكن هناك أي علاقة على الإطلاق بين ما فضله الطلاب من أنواع التقييم وأدائهم فيه.

من العرض السابق يمكننا رفض صحة الفرض الثاني وبشكل مطلق.

اختبار صحة الفرض الثالث:

لاختبار صحة الفرض الثالث القائل: "لا يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية لتقديرات الطلاب في المواد المختلفة على توصية الخريج للآخرين بالالتحاق بنفس المؤسسة التعليمية" استخدمت الباحثة التحليل التمييزي Discriminate Analysis.

وفيما يلي عرض لنتائج تحليل التمايز، وذلك بهدف التعرف على أهم توليفة من المتغيرات الخاصة بتقييمات وتقديرات الخريج في المواد ذات الطبيعة المختلفة على التوصية بالالتحاق بالجامعة.

1- نتائج دالة فيشر:

أكدت نتائج دالة فيشر بجدول رقم (19- ملحق رقم 3)على أن أهم التقييمات والتقديرات للخريج ذات الأثر في التوصية بالالتحاق بالمؤسسة التعليمية هي على النحو التالي:

- تقديري في المواد التي تعتمد على الأسئلة المقالية (المباشرة).
- تقديري في المواد التي تعتمد على حل المشكلات والحالات العملية.

2- تقدير معالم النموذج:

أكدت النتائج بجدول رقم (20- ملحق رقم 3) و الخاصة بالنموذج المقدر، من خلال كلٍ من المعالم المعيارية وغير المعيارية Standardized & Unstandardized Estimated parameters.

على أن أهم المتغيرات ذات الأثر في التوصية بالالتحاق بالجامعة هي:

- التقدير في المواد التي تعتمد على الأسئلة المقالية. تأثير طردي
- تقديري في المواد التي تعتمد على حل المشكلات والحالات العملية. تأثير طردي

مرتبة حسب درجة الأهمية بالنموذج (حسب ما جاءت به المعالم المعيارية)؛ حيث يرى الخريج أن هذين المتغيرين يعتبرا قطبي العملية التعليمية من وجهة نظره؛ حيث إنه سيقوم بتوصية الآخرين للالتحاق بنفس المؤسسة التعليمية حال تحقيقها لأسلوبي الأسئلة المقالية، والتي

تتوافق مع الطلاب الذين يفضلون أسلوب الحفظ ورغبتهم في اتباع أسلوب الأسئلة المقالية المباشرة في التقييم، وكذا أسلوب حل المشكلات والحالات العملية، والذي يتوافق مع أحدث الطرق التعليمية الحديثة والتي تتوافق أيضا مع قدرات الطلاب المتميزين، وهذا سيعطي نوعا من التوازن عند إعطاء النصيحة.

ولاستخدام النموذج في التنبؤ والتقدير لا بد من اتباع المنهج التالي:

3- استخدام النموذج في التنبؤ:

1/3 التعويض بالنموذج:

Z= - 3.5555+ 0.7139 q...5 + 0.355 q...6

وذلك باستخدام نقطة القطع (0.259-)

2/3 يتم مقارنة القيمة التنبؤية التي تم التوصل إليها من التعويض في النموذج في الخطوة السابقة مع نقطة القطع (-0.259)، فإذا كانت أكبر منها أو تساويها، فتصنف المشاهدة تجاه التوصية بالكلية والعكس صحيح، فإذا كانت هذه القيمة أقل منها فيتم تصنيف المشاهدة تجاه عدم التوصية بالالتحاق بالكلية.

4- بعض الاختبارات والمقاييس الهامة على النموذج:

أكدت النتائج بجدول رقم (21- ملحق رقم 3)على معنوية النموذج المقدر؛ حيث بلغت قيمة اختبار "كا^2" (كا^2 المحسوبة = 58.701)، مما يؤكد على دلالتها الإحصائية عند مستوى معنوية 0.01، وذلك بدرجات حرية 2، على الرغم من وجود ارتفاع بشكل ملحوظ في قيمة معامل ويلكس لامدا wilks Lambda، بالإضافة الي انخفاض قيمة معامل الارتباط لكانونكل correlation Canonical.

5- نتائج القدرة التنبؤية للنموذج:

أكدت النتائج بجدول رقم (22- ملحق رقم 3) و التى تعرض نتائج القدرة التنبؤية للنموذج من خلال تحديد نسبة التصنيف الصحيح للمشاهدات باستخدام النموذج المقدربأن نسبة التصنيف الصحيح على مستوى الإجمالي قد حققت حوالي 64.0%، بينما تباينت بعض الشيء من حيث التصنيف الصحيح لعدم التوصية، والتي جاءت مرتفعة نسبيًا مقارنة بتوصية الخريج للآخرين بالالتحاق بنفس المؤسسة التعليمية التي أنهى دراسته بها، الأمر الذي يجعلنا نشير إلى وجود قصور في النظم التي يعتمد عليها في تقييم الطلاب، ولا بد من مراجعتها، والمطالبة بتوحيدها، وعدم تعرضها للتقدير الشخصي.

كما يجب أن تتنوع أساليب التقييم المتبعة بالمؤسسة التعليمية، فهناك بعض الأساتذة يكون معيارهم وأسلوب تقييمهم لا يدع مجالاً للشك أو التأويل، أو حتى الاعتراض من جانب الطالب، وهناك من لا يملك القدرة على تطبيق أساليب التقييم لقياس مستوى الطالب، مما يفتح الكثير من مجالات التظلم وعدم قبول التقدير؛ نظرا لبعده عن المستوى الحقيقي للطالب.

مما سبق يمكننا رفض صحة الفرض الثالث للدراسة بشكل مطلق.

نتائج اختبار صحة الفرض الرابع للدراسة:

لاختبار صحة الفرض الرابع: " لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية من حيث توصية الخريج للآخرين بالالتحاق بالمؤسسة التعليمية باختلاف طبيعتها (حكومية - إقليمية - خاصة)".

استخدمت الباحثة الجدول التكراري المزدوج Crosstabs مصحوبا باختبار "كا^2"، وفيما يلي عرض لنتائج اختبار صحة الفرض الرابع. بجدول رقم (23- ملحق رقم 3) على معنوية إختبار كا^2 حيث بلغت (كا^2 المحسوبة = 8.760) مما يؤكد على دلالتها الإحصائية عند مستوى معنوية 0.01، وذلك بدرجات حرية 2، وقد أكد التوزيع التكراري والنسبي على أن الجامعات الخاصة هي الأكثر توصية للالتحاق بها وذلك للأسباب التالية:

- أساليب تقويم الطلاب المتبعة بها.
- أنشطتها التسويقية والترويجية.
- جودة الخدمة التعليمية المقدمة للطلاب.

يليها الجامعات الحكومية لأهم الاسباب التالية:

- مصاريف التعليم المناسبة.
- عراقتها وترتيبها بين الجامعات المنافسة.
- استقرارها المادي والإداري.

بينما جاءت أهم أسباب الالتحاق بالجامعات الإقليمية كالتالي:

- التحاقي بالجامعة جاء عفويًّا (دون رغبة مني بسبب مكتب التنسيق ومجموعي في المرحلة الثانوية).
- مصاريف التعليم المناسبة.
- بعض السمات والمتطلبات الشخصية (قربها من المنزل،... إلخ).

مما سبق يمكننا رفض صحة الفرض الرابع بشكل مطلق.

الجدول رقم (1)

يعرض الأساليب الإحصائية ومبررات استخدامها بالدراسة

م	فروض الدراسة	الأساليب الاحصائية المستخدمة	النتائج
1	لا يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية للمتغيرات المتعلقة بالاحتياجات والرغبات والتوقعات على رضا الخريج عن مستوى الخدمة التعليمية المقدمة	• تحليل الارتباط الخطى البسيط لبيرسون. • تحليل الانحدار المتعدد.	• تحديد أهم المتغيرات المتعلقة بالاحتياجات والرغبات والتوقعات ذات الأثر على رضا الخريج و ذلك على مستوى كافة النواحى المختلفة.
2	لا يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية للمتغيرات المتعلقة بالاحتياجات والرغبات والتوقعات على تقييمات وتقديرات الخريج.	• تحليل الارتباط الخطى البسيط لبيرسون. • تحليل الانحدار المتعدد.	• تحديد أهم المتغيرات المتعلقة بالاحتياجات والرغبات والتوقعات ذات الأثر على تقييمات وتقديرات الخريج وكذلك الدرجة التفسيرية حال كلاً منها.
3	لا يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية لتقديرات الطلاب في المواد المختلفة على توصية الخريج للآخرين بالالتحاق بنفس المؤسسة التعليمية.	• التحليل التمايزى.	• دراسة تقديرات الطلاب بالمواد الدراسية المختلفة والتى من شأنها التأثير على توصية الطالب بالإلتحاق بالمؤسسة التعليمية.
4	لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية من حيث توصية الخريج للآخرين بالالتحاق بالمؤسسة التعليمية باختلاف طبيعتها (حكومية – إقليمية – خاصة).	• الجدول التكرارى المزدوج. • إختبار "كا^2".	• عرض جدولى لنتائج توصية الخريج مع المؤسسة التعليمية حسب طبيعتها. • دراسة الإختلافات من خلال إختبار "كا^2"

<u>خلاصة النتائج:</u>

اللافت للنظر أن الخريج يوصي الآخرين بالالتحاق بنفس المؤسسة التعليمية في حال حصوله على تقدير في الأسئلة المقالية المباشرة، فكثير من الطلاب قبل الامتحان تفضل عرض أستاذ المادة لمجموعة من الأسئلة المتوقع وضعها بالامتحان.

ولو تتبعنا أهم الاحتياجات والرغبات والتوقعات التي أثّرت في اختياره للأسئلة المقالية، نجد أنها تتبع من سهولة الاطلاع والبحث بالمراجع، ولرغبته في المشاركة بالأنشطة الطلابية، وسهولة التواصل مع أعضاء هيئة التدريس ومعاونيهم.

وأخيرا نوعية الدراسة التي تعتمد على الإبداع والتفكير والابتكار، وعلى الجانب الآخر، فقد يوصي الخريج الآخرين للالتحاق بنفس المؤسسة التعليمية التي تخرج فيها، إذا اتبعت أسلوب حل المشكلات والحالات العملية، والذي إذا تتبعنا أهم الرغبات والاحتياجات والتوقعات التي انبثقت منها نجدها قد جاءت من نوعية الدراسة التي تعتمد على التحليل والربط والاستنتاج.

وقد تكرر نفس العنصرين السابق الإشارة إليهما (سهولة التواصل مع أعضاء هيئة التدريس ومعاونيهم – نوعية الدراسة التي تعتمد على الإبداع والتفكير والابتكار)، وهكذا فإن دور الأستاذ الجامعي ومن يعاونه هام جدًا في تحقيق رضا الخريج.

وإذا تتبعنا مدى رضاه عن كلا العنصرين اللذين تكررا في الظهور بالنتائج، نجدهما قد تحقّقا من رضا الخريج عن أساليب التعليم والتعلم المتبعة، وكذلك أسلوب التقييم المتبع لوضع درجات الطلاب بشكل يراه عادلاً ومناسبا من وجهة نظره أثناء دراسته الجامعيّة، فالطالب المصري يتطلع إلى الجديد والمتطور في أساليب التعليم والتعلم، والتي يمكن أن يحصل عليها على يد أساتذته ومعاونيهم بالمؤسسة التعليمية، فهم الأساس لتحقيق رضاه وتوصيته بالمؤسسة التعليمية.

أولاً:- نتائج تأثير عناصر الاحتياجات والرغبات والتوقعات على رضا الخريج:

1- تؤثر عناصر الاحتياجات والرغبات والتوقعات التالية:-

- نوعية الدراسة تعتمد على التطبيق والتنفيذ المهني.
- توافر المواد العلمية بطريقة تتفق مع قدراتي المعرفية والمادية.
- سهولة الاطلاع والبحث بالمراجع العلمية والإلكترونية.

على رضا الخريج عن التحاقه بتخصص علمى محدد بالمؤسسة التعليمية.

2- تؤثر عناصر الاحتياجات والرغبات والتوقعات التالية:-

- نوعية الدراسة تعتمد على التحليل والربط والاستنتاج بين الموضوعات الدراسية.
- رغبتي في المشاركة بالأنشطة الطلابية (اجتماعية – ثقافية – فنية – جوالة).
- سهولة التواصل مع أعضاء هيئة التدريس ومعاونيهم.
- سهولة الاطلاع والبحث بالمراجع العلمية والإلكترونية.
- نوعية الدراسة تعتمد على التطبيق والتنفيذ المهني.
- نوعية الدراسة تعتمد على الإبداع والتفكير والابتكار.

على الرضا عن أساليب التعليم والتعلم المتبعة بمؤسسته التعليمية.

3- تؤثر عناصر الاحتياجات والرغبات والتوقعات التالية:-

- رغبتي في المشاركة بالأنشطة الطلابية (اجتماعية – ثقافية – فنية – جوالة).
- سهولة التواصل مع أعضاء هيئة التدريس ومعاونيهم.
- توافر المواد العلمية بطريقة تتفق مع قدراتي المعرفية والمادية.
- نوعية الدراسة التي تعتمد على الإبداع والتفكير والابتكار.

على رضا الخريج عن أساليب التقييم المتبعة.

4- تؤثر عناصر الاحتياجات والرغبات والتوقعات التالية:-

- توافر المواد العلمية بطريقة تتفق مع قدراتي المعرفية والمادية.
- رغبتي في المشاركة بالأنشطة الطلابية (اجتماعية – ثقافية – فنية – جوالة...) إلخ.
- نوعية الدراسة تعتمد على التفكير والتحليل والربط بين الموضوعات الدراسية.
- سهولة التواصل مع أعضاء هيئة التدريس ومعاونيهم.

على رضا الخريج عن تحقيق رغباته وطموحاته الوظيفية بسوق العمل بالتحاقه بالمؤسسة التعليمية.

ثانياً: نتائج تأثير عناصر الاحتياجات والرغبات والتوقعات على تقديرات الخريج:

1- تؤثر عناصر الاحتياجات والرغبات والتوقعات التالية:-

- نوعية الدراسة التي تعتمد على الإبداع والتفكير والابتكار.
- توافر المواد العلمية بطريقة تتفق مع قدراتي المعرفية والمادية.

على تقديرات الخريج فى المواد التي تعتمد على الحفظ والقدرة على استرجاع المعلومة.

2- تؤثر عناصر الاحتياجات والرغبات والتوقعات التالية:-

- نوعية الدراسة تعتمد على الإبداع والتفكير والابتكار.
- رغبتي في المشاركة بالأنشطة الطلابية (اجتماعية – ثقافية – فنية – جوالة).
- سهولة التواصل مع أعضاء هيئة التدريس ومعاونيهم.
- سهولة الاطلاع والبحث بالمراجع العلمية والإلكترونية.

على تقييمات الخريج في المواد التي تعتمد على الأسئلة المقالية.

3- تؤثر عناصر الاحتياجات والرغبات والتوقعات التالية:-

- توافر المواد العلمية بطريقة تتفق مع قدراتي المعرفية والمادية.
- سهولة التواصل مع أعضاء هيئة التدريس ومعاونيهم.
- سهولة الاطلاع والبحث بالمراجع العلمية والإلكترونية.
- نوعية الدراسة وأساليب التعليم تعتمد على الحفظ والقدرة على استرجاع المعلومة.
- نوعية الدراسة تعتمد على التحليل والربط والاستنتاج بين الموضوعات الدراسية.

على تقييمات الخريج في المواد التي تعتمد على الربط والتفكير والتحليل.

4- تؤثر عناصر الاحتياجات والرغبات والتوقعات التالية:-

- نوعية الدراسة تعتمد على الإبداع والتفكير والابتكار.
- سهولة التواصل مع أعضاء هيئة التدريس ومعاونيهم.
- توافر المواد العلمية بطريقة تتفق مع قدراتي المعرفية والمادية.
- نوعية الدراسة وأساليب التعليم تعتمد على الحفظ والقدرة على استرجاع المعلومة.

على تقييمات الخريج في المواد التي تعتمد على الابتكار والتجديد والإبداع.

5- تؤثر عناصر الاحتياجات والرغبات والتوقعات التالية:-

- نوعية الدراسة تعتمد على التحليل والربط والاستنتاج بين الموضوعات الدراسية.
- سهولة التواصل مع أعضاء هيئة التدريس ومعاونيهم.
- نوعية الدراسة تعتمد على الإبداع والتفكير والابتكار.
- رغبتي في المشاركة بالأنشطة الطلابية (اجتماعية – ثقافية – فنية – جوالة..) إلخ.
- نوعية الدراسة تعتمد على التطبيق والتنفيذ المهني.

على تقييمات الخريج في المواد التي تعتمد علي فرق العمل والمشاريع.

6- تؤثر عناصر الاحتياجات والرغبات والتوقعات التالية:-

- سهولة التواصل مع أعضاء هيئة التدريس ومعاونيهم.
- نوعية الدراسة تعتمد على التحليل والربط والاستنتاج بين الموضوعات الدراسية.

- نوعية الدراسة تعتمد على الإبداع والتفكير والابتكار.

على تقييمات الخريج في المواد التي تعتمد على حل المشكلات والحالات العملية.

جاءت النتائج أيضا لتؤكد على عدم وجود علاقة بين رغبات وتوقعات الطلاب للمواد التي تعتمد على الحفظ والقدرة على استرجاع المعلومة، وكذلك المواد التي تعتمد على الأسئلة المقالية مع تقديراتهم فيها، بينما أسفرت النتائج عن وجود علاقة بين رغبات وتوقعات الطلاب للمواد التي تعتمد على كل من الربط والتفكير والتحليل، والابتكار والتجديد والابداع، وفرق العمل والمشاريع، وعلى حل المشكلات والحالات العملية، مع تقديرات الطلاب فى تلك المواد.

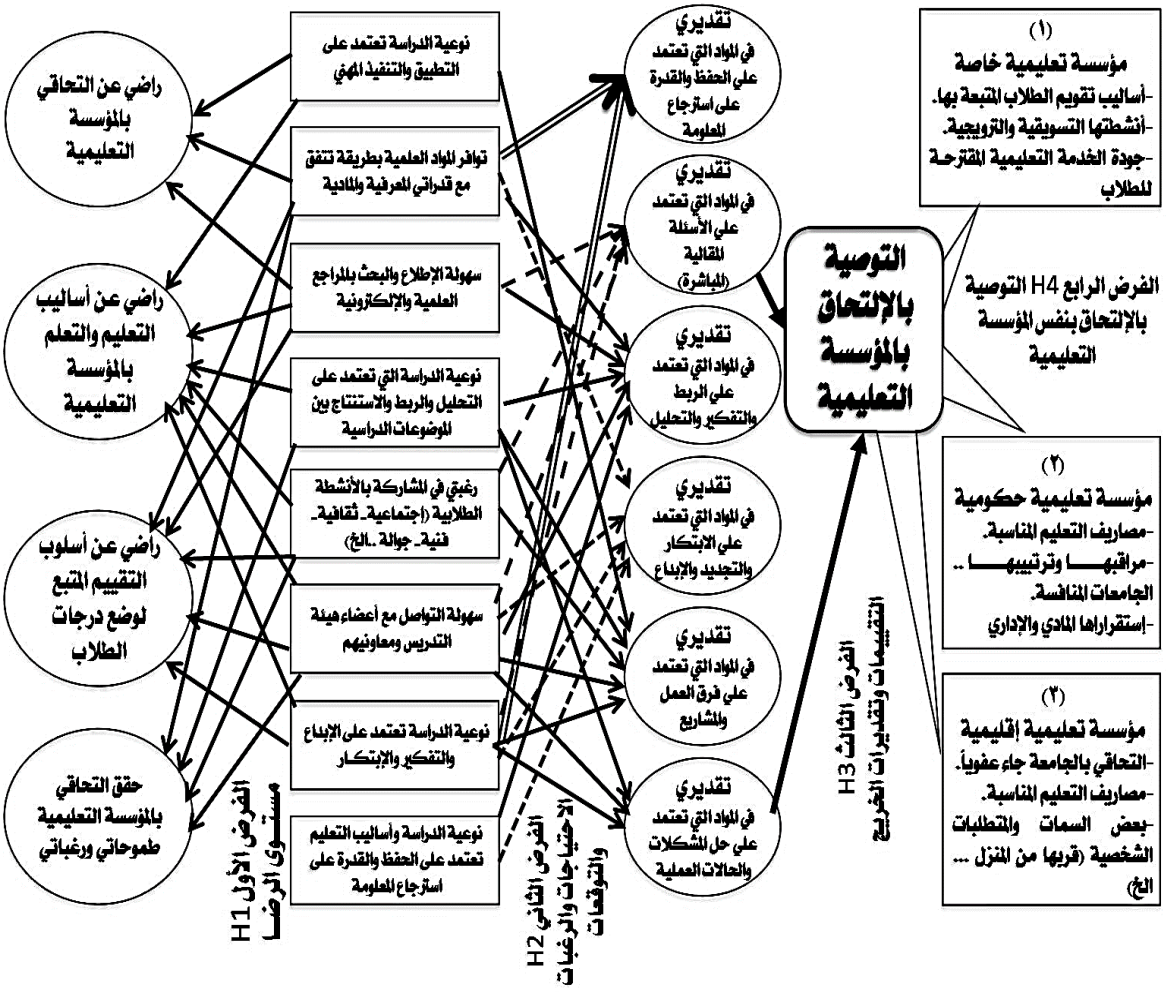
ثالثًا: تتأثر توصية الخريج للآخرين بالالتحاق بنفس المؤسسة التعليمية بكل من:

- تقدير في المواد التي تعتمد على الأسئلة المقالية (المباشرة).
- تقدير في المواد التي تعتمد على حل المشكلات والحالات العملية.

رابعا: تختلف توصية الخريج للآخرين بالالتحاق بنفس المؤسسة التعليمية حسب نوع الجامعة:

(جامعة خاصـــة - يليها كلٌّ من: حكومية وإقليمية).

فيما يلى عرض لنتائج الفروض الأربعة من خلال نموذج مقترح يسرد ما توصلت اليه الدراسة



نموذج رقم (1) : سرد فرضيات ونتائج الدراسة

التوصيات

1. لا بد من تفعيل دور إدارة المؤسسات التعليمية للتواصل بين أفكار وإبداعات الطلاب ومتطلبات سوق وأصحاب المصانع ورجال الأعمال، حتى يمكن بناء أفكارهم وتنفيذها، وعرض أفكارهم في المنتديات المحلية والدولية، في ظل وجود أصحاب المال والأعمال.
2. تطبيق أفضل الأساليب التعليمية المتبعة عالميًّا كتجربة سنغافورة واليابان وغيرهما، والتي أثبتت عند تطبيقها نجاحا وتطويع سياساتها بما يتلاءم مع طبيعة البيئة المصرية ثقافيًّا واجتماعيًّا ودينيًّا.
3. لا بد من استخدام طرق الرياضيات التطبيقية ومنهج الخوارزميات، وأسلوب حل المشكلات Problem Solving Approach، هذا بالإضافة إلى بعض الطرق التي تعتمد على أسلوب المحاكاة والإحصاء المتقدم وتدريب النشئ عليها.
4. دراسة إمكانية اتباع الفكر البحثي والتطبيقي في مرحلتي (الإعدادية – الثانوية) في التعليم قبل الجامعي.
5. تطبيق الأساليب التكنولوجية في التعليم، والتي تعتمد على الحاسب الآلي في مراحل التعليم (الجامعي – قبل الجامعي) بما يتلاءم مع طبيعة وظروف البيئة المصرية.
6. لا بد من حوكمة المؤسسات التعليمية، والعمل على إعادة الانضباط والإشراف والرقابة بها.
7. الاهتمام بتدريب المعلم وأعضاء هيئة التدريس ومعاونيهم، متبعين طرقًا غير تقليدية لتواكب الأساليب العلمية والتكنولوجية، كما يجب على القائمين بخطط التطوير في وضع أفكار ونظم واضحة لاختبار المعلم، وتشجيع الملتحقين بالتعليم الجامعي إلى الانضمام للدراسة في المجال التربوي.
8. دراسة ظاهرة الدروس الخصوصية بالمؤسسات التعليمية، والتي تتم في المراكز التعليمية وحل هذه المشكلة بشيء من الموضوعية والواقعية.
9. الأخذ في الاعتبار العوامل التي تؤثر على العملية التعليمية، ومنها النظم المالية والرقابية والأمنية والإدارية والصحية المتبعة داخل وخارج الجامعات والمدارس، والتي تخدم تلك الفئة المستهدفة.
10. إنشاء لجان منوطة بمتابعة وتقييم سير العملية التعليمية أولاً بأول، ويقترح أن تتكون من جميع الأطراف المستفيدة من نتاج العملية التعليمية، ومنهم ممثلين من اتحاد الطلاب ونخبة من أعضاء هيئة التدريس ومعاونيهم –بعض رجال الأعمال المهتمين بالتعليم –ممثلين عن سوق العمل – النقابات والهيئات –ممثلين لبعض الأحزاب السياسية ذوي خبرات تعليمية... إلخ –بعض المسؤلين بوزارة التعليم العالي).
11. تسليط دور الإعلام على العلماء وبعض الشخصيات أصحاب الفكر المعتدل، وعقد ندوات وحلقات مناقشة مع الطلاب الجامعيين، وتوجيه اهتماماتهم بالعلم، وإظهار دوره لتطوير الشعوب والأمم.
12. العزوف عن عرض الأغاني التي تحمل في طياتها بذاءات اجتماعية وتداولها داخل الحرم الجامعي.
13. مشاركة المجتمع المدني ممثلاً في أفراده أو منظمات العمل بالقطاع الخاص مع مراكز البحوث العلمية بالجامعات لدعم دورها لتعظيم العائد البحثي وتحسين العملية التعليمية ككل.

المراجع العربية:

الجهاز المركزى للتعبئة العامة والاحصاء، الكتاب السنوى، جمهورية مصر العربية، 2018م.

إبراهيم، مروة (2012)، دراسة تحليلية للعوامل المؤثرة في الشراء العفوي، كلية التجارة، جامعة عين شمس.

بركات، محمد (2018)، تأثير مفهوم القيمة من منظور العميل والشركة على التوجه بالعلاقة طويلة المدى، **المجلة العلمية للاقتصاد والتجارة**، كلية التجارة، جامعة عين شمس، العدد الثاني– إبريل.

رأفت، كامل (2009)، الاستراتيجيات التسويقية ودورها في دعم مستوى المعرفة السياسية والانخراط في العمل السياسي لدى طلاب الجامعات والمعاهد العليا في مصر – **دراسة ميدانية**، العدد الأول، 10: 13.

منصور، علي (2018)، تحليل العلاقة بين المخاطر المدركة وولاء العملاء للعلامة التجارية بالتطبيق على الأجهزة الكهربائية بمدينة القاهرة، **المجلة العلمية للاقتصاد والتجارة، جامعة عين شمس، كلية التجارة – القاهرة. العدد الثاني** (إبريل).

سمير كامل عاشوروأخرون، (1995) "**طرق المعاينة الإحصائية**"، جامعة القاهرة.

مواقع الكترونية عربية:

وزارة التعليم العالى والبحث العلمى،التعليم العالى فى ارقام بين عامى 2014-2017، الموقع الالكترونى، جمهورية مصر العربية.

http://portal.mohesr.gov.eg/ar-eg/Pages/Higher-education-in-numbers.aspx

المراجع الأجنبية:

Aaker, D. (2011). Building strong brands. New York: *The Free Press*.

Bacon, D.R. (2016). Comparing direct versus indirect measures of the pedagogical effectiveness of team testing. *Journal of Marketing Education* 33 (3): 348–358.

Bloom, B. S. (1956). Taxonomy of educational objectives, handbook I: The cognitive domain. New York, NY: David McKay.

Bressler, M.S., and Bressler, L.A. (2017). Teaching methodologies in the classroom: A study of student preferences. *Academy of Educational Leadership Journal* 11 (1): 69–80.

Brunzel, D. L. (2017). Universities sell their brands. *Journal of Product & Brand Management* 16 (2): 152–3.

Chine, L.-H. (2008). Internationalization or international marketing? Two frameworks for understanding international students' choice of Canadian universities. *Journal of Marketing for Higher Education*18 (1): 1–33.

Chung, C. & Ackerman, D. (2011). Student reactions to classroom management technology: learning styles and attitudes toward moodle. *Journal of Education for Business*. 90:4, 217-223, DOI: 10.1080/08832323.2015.1019818

De Chernatony, L., and McDonald, M. (2014). Creating powerful brands in consumer, services and industrial Markets. 2nd ed.Oxford: *Butterworth Heineman*.

Dermol, V., Širca, N.T., Babnik, K., and Breznik, K. (2013). Connecting research, higher education and business: implication for innovation. *International Journal of Euro-Mediterranean Studies* 6(1): 65–80.

Entwistle, N. (1991). Contrasting forms of understanding for degree examinations: The student experience and its implications. *Higher Education* 22: 205–227.

Entwistle, N., and Tait, H. (1990). Approaches to learning, evaluations of teaching, and preferences for contrasting academic environments. *Higher Education* 19: 169–194.

Erdem, T., and J. Swait. (2016). Brand equity as a signaling phenomenon. *Journal of Consumer Psychology* 7 (2): 131–57.

Farquhar, P. H. (2014). Managing brand equity. *Marketing Research* 1 (9): 24–33.

Fleischman, D., Raciti, M., and Lawley, M. (2015). Degrees of co-creation: An exploratory study of perceptions of international students' role in community engagement experiences, *Journal of Marketing for Higher Education*, 25(1)

Heidt, T.V.D. (2014). Southern Cross Business School, Southern Cross University, Lismore, *Australia Published online*: 12 May 2014.

Heidt, T.V.D. (2015). Concept maps for assessing change in learning: A study of undergraduate business students in first-year marketing in China. *Assessment & Evaluation in Higher Education*, 40(2)

Julie Urda, J. and Ramocki, S.P. (2014) Assessing students' performance by measured patterns of perceived strengths: does preference make a difference?, *Assessment &* Evaluation in Higher Education, 40:1, 33-44, DOI: http://dx.doi.org/10.1080/02602938.2014.884536

Keller, K. L. (2018). Conceptualizing, measuring, and managing customer based brand equity.' *Journal of Marketing* 57:1–22.

Lassar, W., Mittal, B., and Sharma A. (2015). Measuring customer-based brand equity. *Journal of Consumer Marketing* 12 (4): 11–9.

Lockwood, R. C., and Hadd, J. (2007). Building a brand in higher education: Why business practice – particularly brand strategies – are becoming essential in today's universities. *Business Journal*, 12 July.

Lubin, J. (2013). Deep, surface and strategic approaches to learning. *Good Practice in Teaching and Learning*, University College Dublin, Dublin.

Mandina, S.P., Ngwenya, T. and Muzadzi, M. (2014). Effectiveness of emotional marketing on brand loyalty in state run universities. *European Journal of Business and Management*, ISSN 2222-1905 (Paper), ISSN 2222-2839 (Online), 6(13)

Maringe, F. (2006). University and course choice: implications for positioning, recruitment and marketing. *International Journal of Educational Management* 20 (6): 466–79.

Marton, F., and Säljö R. (1976). On qualitative differences in learning, II – outcome as a function of the learner's conception of the task. *British Journal of Educational Psychology* 46: 115–127.

Morris, P.T., LeBaron, D., and Arvi, L. (2016). Give them a tool kit: Demystifying the job search process for marketing students. Marketing Education Review, 25(1)

Nguyen, N., and LeBlanc G. (2011). Image and reputation of higher education institutions in students' retention decisions. *The International Journal of Educational Management* 15:6–7.

Oliver, R., and Herrington J. (2012). Teaching and learning online: A beginner's guide to e-learning and e-teaching in higher education. Mt Lawley, WA: Centre for Research in Information Technology and Communication, Edith Cowan University.

Paden, N., and Stell, R. (2016). Branding options for distance learning programs: managing the effect on university image. *International Journal of Instructional Technology and Distance Learning* 3(8): 45–54.

Saunders, D.B. (2014). Educational leadership and policy studies, University of Texas at Arlington, Arlington, *USA Published online*: 05 Nov 2014.

Saunders, D.B. (2018). They do not buy it: Exploring the extent to which entering first-year students view themselves as customers. *Journal of Marketing for Higher Education*, 25(1)

Saxton, M.K. (2015). Adding badging to a marketing simulation to increase motivation to learn, *Marketing Education Review*, 25(1)

Higher Education 35 (4): 453–472.

Tina, V. (2015). Managing consumer-based brand equity in higher education, *Managing Global Transitions*, 13(1), 75-90

Vorhies, D. W. (1997). Building strong brands. *Journal of the Academy of Marketing Science* 25 (3): 260–1