

واقع استخدام مواقع التواصل الاجتماعي كأداة للترويج للمراكز التعليمية في مدينة الخليل من وجهة نظر مدارء المراكز

## الملخص

انتشرت في العقد الأخير مواقع التواصل الاجتماعي كال فيس بوك وتوتير وجوجل بلس وغيرها وقد اكتسحت هذه المواقع العالم وجعلته فعلا قرية صغيرة ويلتقي فيها الأطفال والشباب وكبار السن على اختلاف ثقافتهم وخلفياتهم التعليمية وكثر مستخدمو هذه المواقع على حسناتها وسيئاتها وتنوعت اساليب استخدامهم لها وتفاعلهم معها ونوعية الأنشطة التي يمارسونه في هذه المواقع والشركات ا

هدفت هذه الدراسة الى التعرف على واقع استخدام مواقع التواصل الاجتماعي كأداة للترويج للمراكز التعليمية في مدينة الخليل ومعرفة اتجاهات مدارء المراكز نحو استغلالهم لهذه الوسيلة الحديثة للوصول للزبائن واستقطابهم لنشاطات وخدمات المراكز والاستفادة من خصائص هذه المواقع والتي سهلت عمليو التسويق والترويج للمراكز التعليمية استخدم فريق البحث المنهج الوصفي التحليلي للحصول على معلومات حول واقع استخدام مواقع التواصل الاجتماعي كأداة للترويج للمراكز التعليمية في مدينة الخليل للخروج بتوصيات ملائمة تساهم بزيادة الكفاءة في التعامل مع مواقع التواصل الاجتماعي.

وطبقت الدراسة على عينة المسح الشامل مكونة من 15 مركزا تعليميا مرخصة من قبل وزارة التربية والتعليم العالي في مدينة الخليل وتم استثناء المراكز الغير مرخصة لضمان الطابع الرسمي على الدراسة وتم استبعاد مركزا واحدا وذلك لعدم قدرتنا للوصول إليه لعدم توفر المعلومات عنه من قبل الترخيص في مديرية التربية والتعليم.

وقد اعتمدت الباحثات إستبانة مؤلفة من 27 سؤالا وتمت المعالجة الاحصائية للبيانات باستخراج الأعداد، النسب المئوية، المتوسطات الحسابية، الانحرافات العيادية، اختبار تحليل التباين الأحادي، ومعادلة الثبات كرونباخ ألفا، وذلك باستخدام برنامج الرزم الاحصائية

بعد تحليل الاستبانة أظهرت الدراسة ان هدف استخدام مواقع التواصل الاجتماعي من قبل مدير المركز هو الاعلان عن نشاطات المركز، واستخدامه للدعاية للمركز، وكذلك استخدامه للوصول لزبائن جدد وللبقاء على اتصال مع الطلبة المنتسبين للدورات واستخدامه للوصول لتغطية منطقة جغرافية اكبر بالسوق ويعتبر كوسيلة غير مكلفة للدعاية والاعلان وتبين ايضا ان هناك معيقات تواجه استخدام مواقع التواصل الاجتماعي مثل عدم وجود شخص متفرغ لاستمرار التواصل مع المستخدمين على الصفحة وعدم تقبل كادر المركز لفكرة الترويج للمركز من خلال مواقع التواصل الاجتماعي

This study aimed to recognize the reality of using the social communication sites as a tool of promotion for educational centers in Hebron city, and to know trends of educational centers, principals towards using this modern media to reach and attract, costumers to benefit from services of those centers and sites that facilitate promotion to those centers. The research team followed the analytical descriptive method to obtain information on reality of using the social communication sites as a tool for promotion to educational centers in Hebron city, than to achieve proper recommendations that may contribute to efficiency in communication with social communication sites.

The study with applied to the comprehensive survey specimen that consists of 15 educational centers that are duly licensed by Ministry of Education and Higher Education. Those that are not licensed were excluded and one center also was excluded due to fact that we couldn't reach as no information about it.

The researchers used a 27 question questionnaire. The statistical approach of date has been done by extracting numbers, percentage, averages, standard deviatons, Test of analyzing the more differences, the stability equation of kronbacke Alfa, in assition of using the spss program

Post analyzing the questionnaire, the study showed that the centers principals aim of using sites was the publication of the center activities promotion, the reach costumers and to remain in confect with students jouning courses. Besides, it is used to cover geographical markets as a very cheap means for advertisement. It was discovered, too that there are obstacles in using social communication sites such the unavailability of full time person or user of the page and some staff of the center didn't approve the idea.