

جامعة محمد خيضر - بسكرة
كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية
قسم الإعلام والاتصال وعلم المكتبات



مذكرة ماستر

ميدان العلوم الإنسانية
شعبة علوم الإعلام والاتصال
تخصص علاقات عامة

إعداد الطالبين:

عبد الناصر بركات

إبراهيم بربيش

يوم: 04 جوان 2025

منصة (PR-Expert) للتكوين المهني الرقمي

في العلاقات العامة

مشروع مؤسسة ناشئة

لجنة المناقشة

رئيسا

جامعة بسكرة

د. سليمة شيقر

مشرفا

جامعة بسكرة

د. صونيا قوراري

مناقشا

جامعة بسكرة

د. نهلة حفيظي

مناقشا

جامعة بسكرة

د. نورهان قرون

السنة الجامعية: 2024-2025

崇德堂

شكرو عرفان

بسم الله الرحمن الرحيم ،الحمد لله رب العالمين والصلاة والسلام على سيدنا محمد
أشرف الأنبياء والمرسلين

كن عالما .. فان لم تستطع فكن متعلما ،فان لم تستطع فاحب العلماء ،فان لم تستطع
"فلا تبغضهم". يقول الله تعالى: "و من يشكر فإنما يشكر لنفسه

قال رسول الله صلى الله عليه وسلم : من لم يشكر الناس ،لم يشكر الله عز و جل
نحمد الله عز و جل الذي وفقنا في اتمام هذا البحث العلمي ،و الهمنا الصحة و العافية
و العزيمة . نتقدم بجزيل الشكر و التقدير الى الأستاذة "قوراري صونيا " على كل ما
قدمته لنا من دعم مادي وتوجيهات و تعليقات ومعلومات قيمة ساهمت في اثراء موضوع
دراستنا في كافة جوانبها.

كما لانسى شكر لجنة المناقشة التي وافقت على مناقشة موضوعنا لكم منا كل الإحترام
والتقدير و نشكر كل من مد لنا يد العون من قريب أو من بعيد.

إهداء

الى قطعة من روعي والى من فضلوني وآثروني على انفسهم الى امي وابي
اللذان ضحو بالغالي والنفيس من اجل رؤية ابنهما في مصاف الناجحين

اسأل الله ان يشفيكما ويبارك في حياتكما..

كما اتقدم بخالص الشكر الى اخوتي الدكتور عبد الرزاق و عبد الرؤوف
اللذان كانا سنداً لي طيلة هته الاعوام..

الى اخواتي المؤسسات الغاليات كلّ باسمها...

الى اختي عزيزتي رحمها الله..

الى كل اصدقائي كل باسمه والى كل من ساعدني في انجاز هذا البحث
المتواضع.

اهديكم ثمرة جهدي وأسأل الله التوفيق لما هو قادم.

بركات عبد الناصر

إهداء

بعد رحلة علمية تكلفت بالجهد والمثابرة، وبعد ليالي طوال من السهر والبحث، أقف اليوم بفخر واعتزاز لأعلن عن نيل شهادة الماجستير. هذا الإنجاز، حصاد سنوات من المثابرة وتحدي للصعاب، أهديه لروحي التي لم تعرف اليأس. أتوجه بخالص الشكر لوالديّ الحبيبين وإخوتي، فهم سندي وبنراسي الذي أضاء دربي. شكر خاص لأساتذتي الأفاضل الذين أناروا دربي بعلمهم، ولأصدقائي وزملائي شركاء الدرب. لا يسعني إلا أن أتوجه بالدعاء والرحمة لمن فقدتهم: أمي الحبيبة، وجدتي الغالية، وصديقي صهيب. أفقدت وجودكم وفرحتكم بهذا اليوم، لكن ذكراكم باقية في قلبي. هذا الإهداء يمثل بداية فصل جديد،

وأسأل الله التوفيق لما هو قادم.

بريش ابراهيم

قائمة المحتويات

الصفحة	قائمة المحتويات
1	مقدمة
الإطار المنهجي للدراسة	
3	▪ إشكالية الدراسة
3	▪ أسباب اختيار المشروع
4	▪ أهمية المشروع
4	▪ أهداف المشروع
الإطار النظري للدراسة	
7	المبحث الأول: العلاقات العامة
7	▪ المطلب 1: مفاهيم حول العلاقات العامة
9	▪ المطلب 2: أهمية وأهداف العلاقات العامة
10	▪ المطلب 3: أسس ومبادئ العلاقات العامة
13	▪ المطلب 4: وظائف العلاقات العامة
14	المبحث الثاني: واقع التكوين المهني في الجزائر
15	▪ المطلب 1: تعريف التكوين المهني.
16	▪ المطلب 2: أهداف وأهمية التكوين المهني.
22	▪ المطلب 3: تطور قطاع التكوين المهني في الجزائر.
24	▪ المطلب 4: هياكل وأنماط التكوين المهني في الجزائر.
35	المبحث الثالث: مفاهيم حول التكوين المهني الرقمي
35	▪ المطلب 1: مفهوم التكوين المهني الرقمي
38	▪ المطلب 2: أهمية التكوين المهني الرقمي
39	▪ المطلب 3: أشكال وطرق التكوين المهني الرقمي
الإطار التطبيقي: منصة PR-Expert للتكوين المهني الرقمي في مجال العلاقات العامة	
45	المحور الأول: حول مشروع منصة PR-Expert
45	▪ فكرة مشروع منصة PR-Expert

46	▪ الصعوبات التي انطلق منها مشروع منصة PR-Expert
47	▪ الحلول التي يقدمها مشروع منصة PR-Expert
48	▪ الخدمات الأساسية لمنصة PR-Expert
51	▪ القيم المقترحة من منصة PR-Expert
52	▪ فريق العمل لمنصة PR-Expert
54	▪ أهداف مشروع منصة PR-Expert
55	▪ الجدول الزمني لتحقيق مشروع منصة PR-Expert
56	المحور الثاني: الجوانب الابتكارية
56	▪ طبيعة الابتكارات المتعلقة بمنصة PR-Expert
57	▪ مجالات الابتكارات المتعلقة بمنصة PR-Expert
57	▪ المزايا الجوهرية لمنصة PR-Expert
58	المحور الثالث: التحليل الاستراتيجي للسوق
58	▪ عرض القطاع السوق
60	▪ الحصة السوقية
61	▪ تحديد حجم السوق
83	▪ المزيج التسويقي
84	▪ التحليل الاستراتيجي للسوق
90	▪ الاستراتيجية التسويقية
91	المحور الرابع: خطة الإنتاج والتنظيم لمنصة PR-Expert
91	▪ عملية الإنتاج
92	▪ عملية التمويل
93	▪ اليد العاملة
98	▪ الشراكات الرئيسية
99	المحور الخامس: الخطة المالية لمنصة PR-Expert
99	▪ التكاليف والأعباء
106	▪ رقم الأعمال
107	▪ جدول حساب النتائج المتوقعة
108	▪ خطة الخزينة
112	المحور السادس: النموذج الأولي التجريبي لمنصة PR-Expert

112	▪ الصفحة الرئيسية لمنصة PR-Expert
113	▪ صفحة إنشاء حساب في منصة PR-Expert
114	▪ صفحة عرض الدورات حسب الفئات المستهدفة
115	▪ صفحة البحث عن الدورات
116	▪ صفحة الحساب الشخصي للمستخدم
117	▪ صفحة عرض الدورة ومحتوياتها
118	▪ صفحة امتحان إتمام الدورة
119	▪ صفحة سياسة وشروط المنصة
120	▪ نموذج الشهادة الرقمية
	الخاتمة
122	الملاحق
123	مخطط نموذج الأعمال (BMC)
124	الاستبيان
	قائمة المصادر والمراجع

قائمة الجداول:

الصفحة	عنوان الجدول
29	جدول رقم 1 : يوضح الخصائص العامة لبرامج التكوين المهني في الجزائر
53	جدول رقم 2: يوضح بطاقة تعريفية لصاحب المنصة الأول
54	جدول رقم 3: يوضح بطاقة تعريفية لصاحب المنصة الثاني
55	جدول رقم 4 : يوضح الجدول الزمني لتحقيق المشروع
62	جدول رقم 5: يوضح عمر العينة المستهدفة
63	جدول رقم 6: يوضح المستوى التعليمي الحالي والأخير للعينة
65	جدول رقم 7: يوضح متوسط الدخل الشهري للعينة
66	جدول رقم 8: يوضح الأجهزة الرقمية التي تستخدمها العينة
68	جدول رقم 9: يوضح جودة اتصال الانترنت لدى العينة

69	جدول رقم (10): يوضح مدى تركيز العينة على الدراسة عبر الانترنت
71	جدول رقم (11): يوضح العوامل التي تحفز العينة على الدراسة عبر الانترنت
72	جدول رقم (12): يوضح طبيعة الدورات التي تفضلها عينة الدراسة
73	جدول رقم (13): يوضح تفضيلات الدراسة لدى عينة الدراسة
74	جدول رقم (14): يوضح مدى قبول فكرة إنشاء منصة للتكوين المهني في ع.ع
75	جدول رقم (15): يوضح نسبة توجه العينة للإشتراك في المنصة
78	جدول رقم (16): يوضح اعلى سعر تستطيع العينة ان تدفعه مقابل دورة مسجلة
80	جدول رقم (17): يوضح اعلى سعر تستطيع العينة ان تدفعه مقابل دورة مباشرة
81	جدول رقم (18): يوضح العوامل التي تؤثر بشكل اكبر على قرار المجيب بدفع ثمن دورة تدريبية على الانترنت
93	جدول رقم (19): يوضح متطلبات المشروع
94	جدول رقم (20): يوضح تحديد فريق عمل المنصة وشروط توظيفها
100	جدول رقم 21 : يوضح تكاليف المنصة
100	جدول رقم 22: يوضح تكاليف الموارد المادية
105	جدول رقم 23: يوضح التكاليف التشغيلية
106	جدول رقم 24: يوضح المصاريف الاجمالية
107	جدول رقم 25: يوضح رقم الاعمال
107	جدول رقم 26: يوضح جدول حساب النتائج المتوقعة
108	جدول رقم 27: يوضح خطة الخزينة
110	جدول رقم 28: يوضح الربح الشهري
111	جدول رقم 29: يوضح التحليل الاستراتيجي العام
111	جدول رقم 30: يوضح خطة التمويل التدريجية

الصفحة	عنوان الشكل
62	شكل رقم (1): يوضح تمثيل بياني لنسبة عمر العينة المستهدفة
63	شكل رقم (2): يوضح تمثيل بياني لنسبة المستوى التعليمي الحالي والأخير للعينة
65	شكل رقم (3): يوضح تمثيل بياني لنسبة متوسط الدخل الشهري للعينة
66	شكل رقم (4): يوضح تمثيل بياني لنسبة الأجهزة الرقمية التي تستخدمها العينة
67	شكل رقم (5): يوضح تمثيل بياني لنسبة جودة اتصال الانترنت لدى العينة
69	شكل رقم (6): يوضح تمثيل بياني لنسبة تركيز العينة على الدراسة عبر الانترنت
70	شكل رقم (7): يوضح تمثيل بياني لنسبة العوامل التي تحفز العينة على الدراسة عبر الانترنت
71	شكل رقم (8): يوضح تمثيل بياني لنسبة الدورات التي تفضلها العينة
73	شكل رقم (9): يوضح تمثيل بياني لنسبة تفضيلات الدراسة لدى عينة الدراسة
74	شكل رقم (10): يوضح تمثيل بياني لنسبة توجه العينة للإشتراك في المنصة
76	شكل رقم 11 : يوضح نسبة المجالات التي ترغب العينة في تطويرها
78	شكل رقم (12): يوضح تمثيل بياني لنسبة اعلى سعر تستطيع العينة ان تدفعه مقابل دورة مسجلة
79	شكل رقم (13): يوضح تمثيل بياني لنسبة اعلى سعر تستطيع العينة ان تدفعه مقابل دورة مباشرة
81	شكل رقم (14): يوضح تمثيل بياني لنسبة العوامل التي تؤثر بشكل اكبر على قرار المجيب بدفع ثمن دورة تدريبية على الانترنت
113	الشكل رقم 15 : يمثل صفحة انشاء حساب في منصة PR-EXPERT
114	الشكل رقم 16: يمثل الصفحة الرئيسية لمنصة PR-EXPERT
115	الشكل رقم 17: يمثل عرض الدورات حسب الفئات المستهدفة
116	الشكل رقم 18: يمثل صفحة البحث عن الدورات
117	الشكل رقم 19: يمثل الصفحة الشخصية للمستخدم
118	الشكل رقم 20: يمثل عرض الدورة ومحتوياتها

119	الشكل رقم 21: يمثل عرض امتحان نهاية الدورة
120	الشكل رقم 22: يمثل سياسة وشروط المنصة
121	الشكل رقم 23: نموذج الشهادة الرقمية لمنصة PR-EXPERT

مقدمة:

يشهد عالمنا المعاصر تحولات متسارعة تقودها الثورة الرقمية، والتي أعادت تشكيل العديد من القطاعات المهنية، ولم يكن مجال العلاقات العامة بمنأى عن هذا التأثير، فبعد أن كانت تعتمد على أساليب تقليدية في التواصل وبناء السمعة، وجدت العلاقات العامة نفسها في قلب العاصفة الرقمية، مما فرض عليها تغييرًا جذريًا في مفاهيمها، أدواتها، واستراتيجياتها. لقد انتقلت من كونها وظيفة مساندة، إلى دور استراتيجي حيوي في نجاح المؤسسات، وأصبح لزامًا على ممارسيها اكتساب مهارات رقمية متقدمة لإدارة السمعة والتواصل الفعال في بيئة إعلامية شديدة التنافسية والتفاعلية.

في خضم هذا التحول، برزت الحاجة إلى تطوير آليات تكوين وتدريب تتناسب مع المتطلبات الجديدة لسوق العمل. فالمناهج التقليدية قد لا تفي وحدها بالغرض في تزويد الخريجين والمهنيين بالكفاءات الرقمية اللازمة، مثل إدارة الأزمات، والبلاغة والخطابة وإدارة السمعة، والتسويق عبر المؤثرين، والتفاعل الآني عبر منصات التواصل الاجتماعي. من هنا، تكتسب مبادرات التكوين المهني الرقمي أهمية بالغة كجسر لسد هذه الفجوة، وتوفير فرص لتطوير المهارات العملية التي تمكن الأفراد من مواكبة التطورات والمنافسة بفعالية.

تأتي مبادرة إنشاء منصة "PR-Expert" للتكوين المهني الرقمي في مجال العلاقات العامة في الجزائر كاستجابة واعية لهذه الاحتياجات، مستلهمة من الرغبة في تقديم حلول تعليمية مبتكرة تتلاءم مع خصوصيات السوق المحلي وتطلعاته نحو التحول الرقمي واقتصاد المعرفة. تهدف هذه المنصة إلى تمكين الأفراد المشتركين بالأدوات والخبرات الحديثة في مجال العلاقات العامة الرقمية، مستفيدة من المناخ الإيجابي الداعم للمقاولاتية والمشاريع الناشئة، لتساهم بذلك في بناء جيل من الأفراد المتمكنين في مجال العلاقات العامة والقادرين على مواجهة تحديات العصر الرقمي بكفاءة واقتدار.

الإطار المنهجي

الإطار المنهجي

إشكالية الدراسة:

في ظل التحولات الجذرية التي أحدثتها الثورة الرقمية على الصعيد العالمي، شهد مجال العلاقات العامة تطوراً استراتيجياً عميقاً. هذا التطور لم يقتصر على تغيير الأدوات والأساليب فحسب، بل امتد ليشمل طبيعة الكفاءات والمهارات المطلوبة لممارسة المهنة بفعالية. وقد أدى هذا التسارع في متطلبات العصر الرقمي إلى بروز فجوة ملحوظة بين المهارات التي يمتلكها ممارسو العلاقات العامة، أو الخريجون الجدد، وبين الاحتياجات المتزايدة والمتغيرة لسوق العمل الحديث، الأمر الذي يستدعي تطوير حلول تكوينية مبتكرة.

يكتسب هذا التحدي أهمية خاصة في السياق الجزائري، الذي يشهد حراكاً اقتصادياً لافتاً يتمثل في نمو قطاع المقاولاتية والمؤسسات الناشئة، وهو ما يزيد الطلب على خبراء علاقات عامة مؤهلين رقمياً وقادرين على بناء وإدارة السمعة والتواصل في بيئة رقمية تنافسية. وفي هذا الإطار، تبرز مبادرة منصة "PR-Expert" للتكوين المهني الرقمي في مجال العلاقات العامة كاستجابة واعدة، تهدف إلى تقديم برامج تعليمية حديثة ومتخصصة، يُنظر إليها على أنها قد تساهم في سد النقص الملحوظ في هذا النوع من التكوين المتخصص في الجزائر.

وعليه، تتمحور إشكالية هذه الدراسة حول تقييم مدى فعالية منصة "PR-Expert" للتكوين المهني الرقمي في تزويد المتدربين بالكفاءات الرقمية الحديثة اللازمة لمجال العلاقات العامة، وقدرة هذه المنصة على مواكبة الكفاءات المكتسبة مع الاحتياجات الفعلية والمتجددة لسوق العمل الجزائري، الذي يتسم بديناميكية عالية وتوجه متزايد نحو الرقمنة.

وانطلاقاً من هذه الإشكالية، يتحدد التساؤل الرئيسي للدراسة في الآتي:

إلى أي مدى تساهم منصة "PR-Expert" للتكوين المهني الرقمي في تطوير الكفاءات الرقمية المتخصصة في العلاقات العامة لدى المتدربين، بما يتوافق مع متطلبات سوق العمل الجزائري المعاصر؟

أسباب اختيار المشروع:

إن فكرة إنشاء منصة تكوين مهني رقمي في العلاقات العامة موجهة لفئات متنوعة من المجتمع الذين لم تُتاح لهم فرصة دراسة هذا التخصص في الجامعة تُعد فكرة مميزة وذات أثر مجتمعي كبير. وهذه أسباب اختيارنا هذا المشروع:

- الرغبة الشخصية في خدمة التعليم والتكوين الرقمي في هذا التخصص.
- الرغبة في سدّ فجوة تعليمية في مجال غير متوفرة في التكوين المهني التقليدي.
- ضرورة توفير فرصة ثانية لفئات حُرمت من الدراسة الجامعية.

الإطار المنهجي

- المساهمة في تطوير قطاع العلاقات العامة محلياً.
- ملائمة التكوين الرقمي مع التحولات العالمية.
- محاولة التخفيف من ظاهرة البطالة وتوظيف اليد العاملة.

أهمية المشروع:

- أهمية المقاولاتية وانجاز هذا النوع من المشاريع الذي سيقام عليه تنشئة اشخاص متخصصين في مجال العلاقات العامة.
- التشجيع على تحسين وتطوير التكوين الرقمي ومحاولة تنمية الاقتصاد الوطني من خلال التكنولوجيا
- تقديم تكوين مهني رقمي يسمح للطلاب والمهنيين وفئات المجتمع المحرومة من فرص التعليم الأكاديمي من مختلف ولايات الجزائر بالوصول إلى محتوى تعليمي متطور دون الحاجة إلى التنقل.
- توفير قابلية التوظيف من خلال تقديم شهادات رقمية أكاديمية تُمكن المتدربين من إثبات مهاراتهم المهنية وتعزيز فرصهم في سوق العمل.
- تقييم فكرة انجاز هذا المشروع على أرض الواقع.

أهداف المشروع:

- تهدف منصة "PR-Expert" إلى تحقيق مجموعة من الأهداف الاستراتيجية التي تدعم التحول الرقمي في مجال العلاقات العامة بالجزائر، ومن بين هذه الأهداف:
- تزويد المكتبة بمرجع علمي حول كيفية انجاز منصة في مجال العلاقات العامة.
- توفير تكوين مهني نوعي ومتاح في مجال العلاقات العامة، لتعويض النقص المسجل في التكوين الحضوري التقليدي داخل هذا التخصص في الجزائر.
- خلق فرص توظيف للطلبة المتخرجين الرائدون في مختلف التخصصات واكتساب خبرة لهم.
- نشر الوعي بأهمية التحول الرقمي في العلاقات العامة، ومساعدة المؤسسات والأفراد على تبني استراتيجيات حديثة للتواصل الفعال مع الجمهور الداخلي والخارجي .
- تطوير قطاع العلاقات العامة في الجزائر بالعمل على تحسين مستوى العلاقات العامة في المؤسسات الجزائرية الجزائرية العمومية والخاصة من خلال تكوين محترفين قادرين على تنفيذ استراتيجيات تواصل فعالة ومبتكرة.
- نشر ثقافة الاتصال الفعال وأخلاقيات العلاقات العامة في المجتمع الجزائري، ودعم احترافية الممارسات الاتصالية داخل المؤسسات.

الإطار المنهجي

- تحقيق الارباح المادية مقابل التكوين والتدريب واقامة شراكات تعاونية مع المؤسسات للاشهار عن منتجاتها في المنصة.

الإطار النظري

الإطار النظري

المبحث الأول : العلاقات العامة

تُعدّ العلاقات العامة من الوظائف الحيوية في المؤسسات الحديثة، سواء كانت عمومية أو خاصة، إذ تلعب دورًا محوريًا في تحقيق التفاعل الإيجابي بين المؤسسة وجمهورها الداخلي والخارجي. ومع تطور مفاهيم الإدارة والاتصال، لم تعد العلاقات العامة مجرد نشاط ثانوي أو ترف إداري، بل أصبحت أداة استراتيجية تهدف إلى بناء صورة ذهنية إيجابية، وتحقيق التفاهم والثقة، والمساهمة في دعم القرارات والسياسات التنظيمية.

لقد برزت أهمية العلاقات العامة في ظل التحولات المتسارعة التي تشهدها بيئة الأعمال، وتنامي الحاجة إلى الشفافية، والمصادقية، والتواصل الفعال مع مختلف الأطراف المعنية. كما أن تنوع أدوات وتقنيات الاتصال الحديث، خاصة الوسائط الرقمية، زاد من أهمية تطوير هذا المجال ليوكب التغيرات السوسيو-اقتصادية والتكنولوجية.

وانطلاقًا من هذه الأهمية، يتناول هذا المبحث مختلف الجوانب النظرية للعلاقات العامة، بدءًا بتحديد المفاهيم الأساسية، مرورًا بأهدافها ومحاورها، وانتهاءً بوظائفها المتعددة، وذلك بغرض إرساء إطار مفاهيمي شامل يسمح بفهم دورها الاستراتيجي في دعم المؤسسة وتعزيز موقعها في المجتمع.

المطلب الأول: مفاهيم حول العلاقات العامة

العلاقات العامة لغة: نشير في البداية إلى أن مصطلح Public Relations يثير إشكالية عند ترجمته الدقيقة إلى اللغة العربية، حيث يُترجم غالبًا إلى "العلاقات العامة مع الجماهير"، إلا أن كلمة Public لا تعني "العامة" بالمعنى المقابل لكلمة General، وإنما تعني "الجمهور"، الأمر الذي قد يؤدي إلى سوء فهم المصطلح في اللغة العربية، ويُفسح المجال للتأويل الخاطئ، ما يجعل هذه المهنة عرضة للطعن والريبة، وقد نُفهم أحيانًا على أنها "علاقات خاصة" أو غير مشروعة¹.

إن المفهوم الذي يشير إليه مصطلح "العلاقات العامة" لا يتضح إلا إذا تبيّن معناه اللغوي بدقة، فهو مركب من كلمتين: "العلاقات" و"العامة".

- فكلمة "العلاقات" تعني الروابط والآثار المتبادلة التي تنشأ نتيجة لنشاط أو سلوك معين يُقابل برد فعل، ويُعد هذا التفاعل شرطًا أساسيًا لتكوين علاقة اجتماعية. وفي الواقع، قد تكون العلاقات بين فرد وآخر، أو بين الفرد والمجموعة، كما يمكن أن تكون علاقات متبادلة بين الأفراد والنظم، أو بين الجماعات المختلفة.

¹ تونسني باديس ، دور العلاقات العامة في تحسين الصورة الذهنية للإدارة الرياضية ، مذكرة ماستر ، جامعة محمد خيضر بسكرة ، 2016 ، ص 8

الإطار النظري

• أما كلمة "العامة" فالمقصود بها "ال جماهير" أو "فئات الجمهور المتعددة" التي ترتبط مصالحها أو

يتصل نشاطها بالهيئة أو المؤسسة أو الشركة. وغالبًا ما يكون لكل هيئة جمهورها الخاص الذي

يتكوّن من مجموعة من المتعاملين معها أو المستفيدين من خدماتها أو المعنيين بنشاطها¹.

بناءً على ذلك، فإن العلاقات العامة هي نتاج الصلات والاتصالات التي تنشأ بين هيئة أو مؤسسة من جهة، والجمهور الذي تتعامل معه من جهة أخرى. وهي علاقات ذات اتجاهين، تتحكم فيها أطرافها الفاعلة، ويستند قيامها إلى وجود طرفين متبادلين في التأثير والتأثر.

العلاقات العامة اصطلاحًا:

عرف "إفلي" العلاقات العامة، من وجهة نظر الممارسة المهنية المتخصصة، بأنها "مسؤولية كبرى تتطلب دراسة الأوضاع السائدة والعمل على إصلاحها، ثم إعلام الناس بالأمر". وبذلك، فإن مهمتها مزدوجة؛ تبدأ بدراسة اتجاهات الرأي العام، ونصح المؤسسة بتعديل سياساتها وخططها بما يخدم الصالح العام، ثم إعلام الجمهور بما تقوم به المؤسسة من أعمال تهدف إلى خدمة مصالحهم.

ومن هنا، لا بد أن تواكب العلاقات العامة التغيرات وتستفيد منها بكفاءة، فهي تُستخدم كذلك كنظام للتنبؤ يساعد على التفكير الاستباقي وفهم الاتجاهات المستقبلية. وتوظف في سبيل ذلك أدوات البحث وأساليب ووسائل الاتصال وفنونه، وذلك على أسس أخلاقية لتحقيق مهامها الأساسية.

وقد جاء في تعريف معهد العلاقات العامة البريطاني أنها:

"الجهود الإدارية المخططة والمستمرة التي تهدف إلى تعزيز التفاهم المتبادل بين المؤسسة وجمهورها."

أما جمعية العلاقات العامة الأمريكية فقد عرّفت العلاقات العامة بأنها:

"نشاط تقوم به أي مؤسسة أو هيئة أو مهنة أو حكومة بهدف إنشاء وتعزيز علاقات جيدة بينها وبين جمهورها، مثل العملاء، والموظفين، والمساهمين، والجمهور العام²."

أولاً: تعريف العلاقات العامة

تعددت التعاريف التي تناولت مفهوم العلاقات العامة، نتيجة لتعدد الزوايا التي نُظر من خلالها إلى هذه الوظيفة الاتصالية داخل المؤسسات، ومن أبرز هذه التعاريف:

¹ عبيدة صبطي، كلثوم مسعودي، مدخل إلى العلاقات العامة، دار الخلدونية للنشر والتوزيع، القبة القديمة – الجزائر، 2010، ص 44.

² تونسي باديس، مرجع سابق، ص 9

الإطار النظري

- في قاموس أكسفورد: تُعرف العلاقات العامة بأنها "فن مبني على أسس علمية، يُعنى بدراسة أنسب الطرق الفعالة للتعامل المتبادل بين المنظمة وجمهورها الداخلي والخارجي، بهدف تحقيق الأهداف المنشودة، مع مراعاة القيم الاجتماعية والمعايير القانونية والأخلاق العامة في المجتمع"¹.
- الجمعية الدولية للعلاقات العامة: (IPRA) اعتبرت أن العلاقات العامة "وظيفة إدارية دائمة ومنظمة، تسعى من خلالها المؤسسة—سواء كانت عمومية أو خاصة—إلى تحقيق التفاهم، التأييد، والمشاركة مع من تتعامل أو قد تتعامل معهم. ويتطلب ذلك استقصاء آراء الجمهور، وتكييف سياسات المؤسسة مع تلك الآراء قدر الإمكان، عبر اعتماد برامج إعلامية شاملة تضمن التعاون الفعال وتحقيق المصالح المشتركة"
- أما كانفيلد ومور (Canfield & Moore) ، فقد عرفا العلاقات العامة بأنها "الفلسفة الاجتماعية للإدارة التي تعبر عنها من خلال أنشطتها وسياساتها المعلنة لكسب ثقة وتفاهم الجمهور". وأكدوا على أهمية الاتصال المتبادل كآلية لتحقيق هذا التفاهم، موضحين أن الثقة لا تُبنى بسهولة بل تتطلب مجهودات متواصلة، كما أن العلاقات العامة ليست بديلاً عن الإدارة الجيدة أو أداة لتغطية السياسات أو المنتجات الرديئة².
- من جانبه، يرى جريزوليد (Griswold) أن العلاقات العامة هي "وظيفة إدارية تُعنى بتقويم الاتجاهات وتحديد سياسات الفرد أو المؤسسة بما يتوافق مع مصلحة الجمهور، وتنفيذ برامج تهدف إلى كسب رضا هذا الجمهور وتفاهمه".
- ويضيف بول جاريت (Paul Garret) تعريفاً أكثر وضوحاً، معتبراً أن "العلاقات العامة لا تُعد وسيلة دفاعية لتحسين صورة المؤسسة بشكل مزيف، بل هي جهود دائمة تبذلها الإدارة لكسب احترام وثقة الجمهور من خلال سلوكيات وأعمال تتال تقديرهم"
- أما التعريف الذي قدمه إدوارد روبنسون، رئيس قسم البحوث بمعهد العلاقات العامة الأمريكي، فيُعد من أكثر التعاريف استعمالاً في البحوث الاقتصادية والاجتماعية. حيث اعتبر أن العلاقات العامة كعلم اجتماعي وسلوكي وتطبيقي، تُعنى — "قياس وتفسير اتجاهات الجماهير المختلفة المرتبطة بالمنظمة، ومساعدة الإدارة على تحديد الأهداف الهادفة إلى تعزيز التفاهم والوفاق بين المؤسسة وجمهورها. كما تهدف إلى تحقيق التوازن بين مصالح المنظمة واحتياجات الجماهير، من خلال التخطيط والتنفيذ لبرامج اتصالية تستهدف رضا الجمهور وتفاهمه".

¹ حمود¹ وسف . مصطفى عبده. مقدمة في العلاقات العامة ، مركز جامعة القاهرة للتعليم المفتوح ، 2007 ، ص. 25.

² عبد الناصر أحمد جردات، أسس العلاقات العامة بين النظرية والتطبيق، دار اليازوري العلمية للنشر و التوزيع، ص 20

الإطار النظري

من خلال ما سبق، يمكن القول إن العلاقات العامة تمثل وظيفة إدارية دائمة داخل المؤسسة، تُعنى بوضع مختصين في تحليل الرأي العام وتطبيق تقنيات الاتصال بهدف تحسين مناخ الثقة والتفاهم المتبادل، وبالتالي تحقيق الأهداف السوسيو-اقتصادية للمؤسسة. وهي تسعى إلى تقديم إعلام صادق ونزيه، بعيداً عن المصالح الإيديولوجية، مما يجعل هدفها الرئيسي كسب تعاطف الجمهور وثقته، سواء تعلق الأمر بالعاملين داخل المؤسسة أو بجمهورها الخارجي¹

المطلب الثاني: أهمية وأهداف العلاقات العامة

أولاً: أهمية العلاقات العامة

وتبرز أهمية العلاقات العامة في المؤسسات الصناعية لاعتبار أن المؤسسة الصناعية تنتج سلعة أو العديد من السلع التي تصل إلى العديد من المشتركين و المستهلكين ، وفي قيامها بالعمليات الصناعية ترتبط بالعديد من الموردين ، والمنشآت الأخرى التي تتعاون معها و تمدّها باحتياجاتها المختلفة ، كذلك لديها جمهورها الداخلي الذي يتمثل في الموظفين والعمال وهؤلاء يحتاجون لمن يربطهم بالمؤسسة و أهدافها و يحببهم فيها ويزيد من ولائهم وإخلاصهم لها ، وهذا دور له أهميته من ادوار العلاقات العامة .

وبهذه النوعيات المختلفة من الجماهير يتضح مدى أهمية العلاقات العامة للمنشآت الصناعية فهي دائماً تحتاج إلى تنمية الاتصالات وتكوين الآراء نحو سلعتها وخدماتها ، وإلى ضمان وجود ولاء بين أفرادها ، ومالم تكن إدارة العلاقات العامة في هذه المؤسسات على مستوى عادل من الكفاءة والخبرة ، فسوف تتأثر علاقات هذه المنشآت وقد يحدث أن تواجه مواقف صعبة تحتاج إلى القدرة واللياقة والحكمة في المعالجة حتى لا يترتب عليها رأي مضاد أو كراهية للمنشأة ومنتجاتها خاصة وان في مجال المنافسة قد يلجا المنافسون إلى التشويش وإقامة الشائعات ضد المنشأة².

ب - أهمية العلاقات العامة للمنشأة الخدمية :

وإذا كانت العلاقات العامة في المؤسسات الصناعية تمثل أهمية خاصة ، ففي المؤسسات الخدمية² هي أكثر أهمية لأنه في الوقت الذي تسوء فيه العلاقة بين المؤسسة الصناعية والمستهلكين قد يستمرون في شراء السلعة لأنهم مضطرين لها لعدم وجود غيرها في السوق مثلاً ، أو لان مزاياها تفوق غيرها من السلع المنافسة ولكن في وجود منشأة خدمية قد تكون الخدمة غير ضرورية بالنسبة للفرد ، أو توجد بدائل عديدة عنها يسهل على المتعامل معها أن يستبدلها، وهذا يصعب من دور العلاقات العامة ويفرض عليها دورة أكثر صعوبة ، فمثلاً - في شركة الطيران التي لاتهاهم بعملائها و لاتقدم لهم الخدمات على الوجه المرضي أو لا

¹ وردة ميهوب ، العلاقات العامة كآلية لترقية أداء البلدية الجزائرية دراسة ميدانية ببلدية سيدي أمبارك ، جامعة محمد بوضياف - المسيلة ، 2018

ص12

² محمود جاسم الصميدعي ، ردينة عثمان يوسف ، الأساليب الكمية في التسويق ، دار المناهج الأردن ، 2001 ص 204

الإطار النظري

تقوم طائرتها في المواعيد المحددة لها فإمام الجمهور بدائل كثيرة منها الشركات الأخرى التي تعمل في خدمة الطيران والتي تتبع أحسن الخدمات وبنفس التكلفة أو ربما اقل ¹.

ثانيًا: أهداف العلاقات العامة

ترتبط أهداف العلاقات العامة بالمهمة الأساسية التي تؤديها داخل المؤسسة، والتي تتمثل في خلق علاقات مستقرة وقائمة على التفاهم والثقة مع مختلف الجماهير. ويمكن حصر أهم أهدافها فيما يلي:

العلاقات العامة تبدأ من داخل المؤسسة:

إنه لمن غير المنطقي أن تبدأ المؤسسة بتحسين علاقتها مع الجمهور الخارجي وعلاقتها مع الجمهور الداخلي ليست على ما يرام فيجب أولاً خلق روح الجماعة والتعاون بين الأفراد المؤسسة على اختلاف مستوياتهم الإدارية، فالصورة التي تطبع في أذهان الجمهور الخارجي عن أية مؤسسة هي تلك التي يراها في موظفيها وعمالها وطريقة معاملاتهم للناس. ²

ضرورة مراعاة الصدق والأمانة:

من الضروري أن تتسم أعمال المؤسسة بالصدق والأمانة، وأن تتقيد بالعدالة، وأن تعمل على تنمية الثقة والاحترام المتبادل بينها وبين جماهيرها، فيجب أن تتسم برامج العلاقات العامة بالصدق والبعد عن وسائل الغش والخداع والتضليل والدعاية المزيفة، ففي المؤسسات الإنتاجية مثلاً تفسر المؤسسة لجمهورها أسباب النجاح أو الفشل في الخدمات لتى تديما وهذا يؤكد حصراً أساسياً في الملف الأخلاقي العلاقات العامة باعتبارها أداء قوية في تنمية الصغير الاجتماعي

اتباع سياسة البحث العلمي :

أن العلاقات العامة لا تعتمد في برامجها على الارتجال والعشوائية ولكنها تحتما على التمهيط القائم على الملاحظة العلمية وخطط وأساليب البحث العلمي، إذ يعتبر إتباع الأسلوب العلمي في حل مشكلة من المشكلات من المبادئ الأساسية للعلاقات العامة ومما هو معروف أن الأسلوب العلمي بعد خريطة ترتكز على المنطق وتحاول الوصول الى النتائج عن طريق التحليل العلمي الدقيق والبعد عن التحيز الذاتية ويبدأ هذا الأسلوب بتعريف وتحديد المشكلة ومتى أمكن تحديدها و أصبح من الأسهل جمع البيانات التي تغيد في حلها وتحديد الأهداف المراد الوصول اليها وبالتالي الوصول الى الحلول المفترضة والبدائل وأساليب الوصول إليها والإمكانيات والموارد المطلوبة لتحقيقها. ³

¹ وردة ميهوب ، مرجع سابق ، ص 24

² حسين علي ، التسويق الدليل العملي للإستراتيجيات والخطط التسويقية ، دار الرضا للنشر سوريا ، 2000 ص 268

³ وردة ميهوب ، مرجع سابق ، ص 24

الإطار النظري

كسب ثقة الجماهير:

أن نجاح أي مؤسسة مرهون بمدى رهبا جماهيرها عنها ولذلك يجب على عمال المؤسسة والمكلفين بالعلاقات العامة بصغة خاصة القيام بكل واحباتهم وتحسن أداتهم لخلق حوس الثقة منهم وكسب شفة واحترام الجمهور الوسع."

نشر الوعي بين الجماهير:

يفع على حقق العائقات العمة شرح سياة الدولة وحططها للتمينة، ودور المؤسسة لو الهيئة في ذلك. وليها تقع متوالية توحيه الرأي العام، ودفع الجماهير الر تأبيد السياسة العمة لمؤسسات الدولة، وكسب ثقة الجماهير وتعاونتها.

اتباع سياسة عدم إخفاء الحقائق:

إذ أن الأسلس السليم فى العلاكات العامة هو نتر الحقاق التى تههم الجماهر محيث لنا لو قمنا مقرر النظر فى أعمال المؤسسات والمينات والمنظمات بصفة عامة لو حنذ أنه ليس هناك داع لإخذاء الحقائق عن الجمهور الداخلي أو الخارجي ماعدا تلك الأسراز التى تخص صلبات الإنتاج والتي تميز مؤسسة عن أخرى، وسياسة عدم إغفاء الحقائق كفولة بأن تقضي على الشائعات الضارة التى تمحو الثقة، وتكيح جميع الأفاويل الكانيا التى يستعملها بعض المعرضين لإلحاق الضرر بالمؤسسة، كما تمنى جمرا من التقاهم والتعاون المشترك.

الشعور بالمسؤولية الاجتماعية:

تومن العلاقات العامة بأن المؤسسة تستمد أسباب وجودها ونجاحها من المجتب حولها لذلك نفع عليها مسؤولية المساهمة في رفاهية ذلك المجتمع وتنهض المؤسس بمسؤوليتها وتكمن هذه المسؤولية نحو تقم المجتمع عن طريق المساهمة في تنسيا المجتمع المعليء اقتصاديا واجتماعيا وثقافيا فيذلك تكون خدمة المجتمع هدفا أساسيا لها وتقيم المصلحة العامة على مصالحها الخاصة .

فقدمة المجمع نتحقق في طريقة أداء المؤسسة لأعمالها من تقديم الخدمة أو السلعة بشكل أفضل، منّ على أفضل منتوى ممكن، وطبعاً بما يتلاءم مع حاجات وزعنات وألوعى جمهد رهاء وكذلك عليها رفع المستوى الحياتي الأفرء المجتمع، كنعيم المتح والإعالات واتقيام بادرسات والأبحاث لمعالجة مشاكل المضع، وكالك عليها تتفة لمتنع بصورة عامة، ولا يقسر لقط التعريف بالمؤملة وكسب نبيده لها

المطلب الثالث : مبادئ العلاقات العامة

لكي يكون تنظيم العلاقات العامة سليما يجب أن تقوم على مجموعة من المبادئ يمكن تلخيصها

الإطار النظري

1. المسؤولية الاجتماعية:

تؤكد النظريات الإدارية الحديثة أن المنظمة نظام مفتوح يتفاعل مع البيئة المحيطة، مما يفرض عليها مسؤولية تجاه المجتمع. لذا، يجب أن تلتزم المنظمة بدورها الاجتماعي وتأثيرها على البيئة التي تعمل فيها.

2. احترام رأي الفرد:

يجب أن تقوم فلسفة العلاقات العامة على الإيمان بقيمة الفرد وحقوقه الأساسية التي يكفلها القانون، مع مراعاة واجباته ومسؤولياته في المجتمع. فاحترام الفرد يُعد دافعاً أساسياً لتحقيق التفاعل الإيجابي مع الجمهور.

3. الشفافية وعدم إخفاء المعلومات:

إخفاء المعلومات يُضعف الثقة ويُشجع انتشار الشائعات، مما يُحدث فجوة بين المنظمة وجمهورها. لذلك، يجب على العلاقات العامة توفير المعلومات المطلوبة للجمهور، مع الحفاظ على الأسرار التي قد تضر بمصالح المنظمة أمام المنافسين.

4. الالتزام بمبادئ الأخلاق السليمة:

تدعو العلاقات العامة إلى الالتزام بالقيم الأخلاقية مثل الصدق والنزاهة والعدالة، وعدم خداع الجمهور أو التضليل. فكسب الثقة يتم من خلال الأفعال، وليس الأقوال فقط، مما يجعل العلاقات العامة مزيّجاً من الإعلام والسلوك الأخلاقي¹.

5. استخدام الأساليب العلمية في البحوث:

من الوظائف الأساسية للعلاقات العامة إجراء البحوث وقياس اتجاهات الرأي العام، باستخدام منهجيات علمية دقيقة. وهذا يتطلب الاعتماد على البيانات والتحليل الموضوعي، بعيداً عن التخمين أو الانطباعات الشخصية².

المطلب الرابع: وظائف العلاقات العامة

تُعدّ العلاقات العامة من أهم الوظائف الإدارية في المؤسسة المعاصرة، فهي لا تقتصر على التواصل مع الجمهور فحسب، بل تشمل مجموعة متكاملة من الأنشطة المترابطة التي تسعى إلى بناء صورة إيجابية للمؤسسة وتحقيق التفاهم والتأييد المستمرين من مختلف الأطراف ذات العلاقة. وتتنوع وظائف العلاقات العامة حسب طبيعة المؤسسة وأهدافها، غير أنّ أبرز هذه الوظائف تتمثل فيما يلي:

أولاً: الوظائف الأساسية للعلاقات العامة.

وفي خضم هذا الاختلاف نجد بعض الباحثين يحددون وظائف العلاقات العامة في النقاط التالية:

1- الاتصال بمختلف الهيئات وجماعات تكوين الرأي العام، وتزويدها بالمعلومات والبيانات عن المنظمات وخدماتها.

¹ تونسي باديس ، مرجع سابق ، ص 59

² تونسي باديس ، مرجع سابق ، ص 59

الإطار النظري

- 2- تتابع المنظمة كل التغيرات السياسية، الاقتصادية والاجتماعية، والتي من شأنها أن تؤثر على مركزها.
- 3- التخطيط لأهداف العلاقات العامة، ورسم سياسة ووضع البرامج الاتصالية اللازمة على المستوى الداخلي والخارجي و رسم الخطط واختيار الخبراء الذين يستطيعون القيام بالواجبات المحددة سابقا¹
- ثانيا: الوظائف الفنية.

بينما يرى بعض الباحثين الذين درسوا العلاقات العامة في المؤسسات والشركات وغيرها من الهيئات، أن هناك وظائف أساسية هي:

- 01- وظيفة البحث: يقصد بالبحث كوظيفة من وظائف العلاقات العامة، تلك الدراسات المتصلة بقياس اتجاهات الرأي بين جماهير المؤسسة في الداخل والخارج، فقد مرت العلاقات العامة بمرحلة تغلب فيها الطابع الارتجالي لمعرفة اتجاهات الجمهور وجميع البيانات والمعلومات المختلفة لدراسة المشكلة، كما أن البحث في العلاقات العامة واستطلاعات الرأي العام لجماهير المؤسسة وقياساته للوقوف على الاتجاهات الحقيقية للجماهير تكون في خدمة سياسة المؤسسة وكذلك تقوم بالأبحاث بتحليل البرامج الإعلامية المختلفة وتقييم مدى كفايتها ونجاحها في الوصول الى الجماهير والتأثير فيها وفق مقاييس إحصائية²
- 02- وظيفة التخطيط: وهي الوظيفة الأخرى من وظائف العلاقات العامة، فهو النشاط العقلي الإداري الذي يوجه لاختيار امثل استخدام مجموعة الطاقات المتاحة لتحقيق أغراض معينة في فترة محددة، ومن أهم مراحل التخطيط في العلاقات العامة هي المرحلة المتمثلة في دراسة اتجاهات الجمهور وبالتالي يساعد هذا على التنبؤ بالرغبات والاحتياجات المختلفة، بما يجعل الخطط الموضوعية مستندة إلى أسس علمية ومعرفة شاملة بما يدور وتوقع أفضل للنتائج
- وظيفة الاتصال: وهي عملية الاتصال بالمسؤولين في الداخل وكذلك بالهيئات والأفراد في الخارج، فيقوم الخبراء بالاتصال بالمدراء ورؤساء الأقسام وكبار الموظفين فيقدمون لهم المعلومات والأخبار والنصائح المتعلقة بالعلاقات العامة، وتعمل هذه المعلومات وعملية نقلها على تأثير في سمعة المؤسسة وصورتها الذهنية لدى الجماهير³
- 04- وظيفة التنسيق: تقوم إدارة العلاقات العامة بالتنسيق بين أقسامها وبين الإدارات الأخرى في المنشأة وذلك في يختص بالأنشطة التي تقوم بها وترتبط بهذه الإدارات بحيث تؤدي في النهاية إلى فعالية القيام بالنشاط
- 05- وظيفة التقويم: التقويم يمثل المحطة النهائية في آلية عمل العلاقات العامة كما أن هناك علاقة بين هذه المرحلة والمراحل السابقة الأخرى، وظهر التقويم نتيجة للحاجة المستمرة لمعرفة مدى كفاية خطط العلاقات العامة وبرامجها ومدى حاجة جماهيرها المستمرة وكذلك فهي تمثل عملية التحري العلمي عن الأخطاء وأسباب القصور في البرامج المختلفة لتتلاقى في الخطط المستقبلية بما يساهم في نجاح أهداف المؤسسة⁴

المبحث الثاني: واقع التكوين المهني في الجزائر

يُعد التكوين المهني من أهم الأدوات المعتمدة لتحقيق التنمية الاقتصادية والاجتماعية، كونه يساهم في إعداد وتأهيل الأفراد للاندماج الفعال في سوق العمل، ويُعتبر كذلك آلية فعّالة لمعالجة مشكلات البطالة

1

² ورودة ميهوب ، مرجع سابق ، ص 28

³ رزيفة لقصير، دور العلاقات العامة في تحسين صورة المؤسسة الاقتصادية ، مذكرة لنيل شهادة الماجستير ، 2006-ص 68

⁴ ورودة ميهوب ، مرجع سابق ، ص 29

الإطار النظري

والتسرب المدرسي، وتحقيق التوازن بين العرض والطلب على اليد العاملة. وتكمن أهمية هذا القطاع في قدرته على توفير كفاءات مهنية تتماشى مع حاجات المؤسسات الاقتصادية ومتطلبات التنمية الوطنية.

وقد أولت الدولة الجزائرية أهمية كبيرة لهذا القطاع، تُرجمت في تخصيص وزارة قائمة بذاتها تُعنى بالتكوين والتعليم المهنيين، وفي إدراج إصلاحات متتالية استهدفت تطوير المناهج، وتحسين أداء الهياكل، وتوسيع أنماط التكوين بما يستجيب لتحديات العصر. كما تعكس السياسة التكوينية المتبعة مدى حرص الجزائر على تكيف نظامها المهني مع مقتضيات اقتصاد السوق ومتطلبات الانفتاح الاقتصادي.

وانطلاقاً من هذه الأهمية، يتناول هذا المبحث بالدراسة والتحليل واقع التكوين المهني في الجزائر، من خلال الوقوف أولاً على تعريفه، ثم إبراز أهدافه وأبعاده، قبل التطرق إلى تطوره عبر مختلف المراحل التاريخية، وصولاً إلى التعريف بأنماطه وهياكله التنظيمية المعتمدة على المستوى الوطني.

المطلب الاول : تعريف التكوين المهني.

يحظى التكوين المهني باهتمام متزايد من قبل الباحثين والمختصين في شتى المجالات، نظراً لدوره الجوهري في إعداد الكفاءات البشرية المؤهلة وتمكينها من الاندماج الفعّال في سوق العمل. وقبل الخوض في التحليلات الكمية والمعطيات الإحصائية المرتبطة به، تقتضي المنهجية العلمية تقديم إطار نظري متكامل لهذا المفهوم، من خلال عرض أبرز التعريفات والمقاربات التي تناولته بالدراسة والتحليل¹.

يُعرّف التكوين المهني بصفة عامة بأنه كل نشاط يهدف إلى تمكين الأفراد من اكتساب مؤهلات أو مهارات مهنية محددة، تؤهلهم لشغل مناصب عمل، بغض النظر عن طبيعة تلك المناصب أو مستوياتها². كما يُنظر إليه على أنه عملية منظمة تهدف إلى تمكين الأفراد، سواء كانوا مبتدئين أو عاملين في مختلف القطاعات، من اكتساب كفاءات مهنية تتماشى مع تطورات سوق الشغل والتقنيات الحديثة³.

ويخدم هذا التكوين هدفين رئيسيين: الأول هو تأهيل طالبي العمل للدخول إلى الحياة المهنية، والثاني هو رفع مستوى أداء العاملين من خلال تعزيز معارفهم وخبراتهم.

وقد عرّفه عبد الرحمن عيسوي بأنه:

¹ دلندة نور الهدى ، التحليل الارغونومي للوضعيات التدريبية لدى مرتبصي التكوين المهني دراسة ميدانية المعهد الوطني المتخصص في التكوين

المهني و التمهين سلطان براهيم العالية ، مذكرة ماستر ، جامعة محمد خيضر بسكرة ، 2023 ص 26

² ورغي السيد احمد ، قطاع التكوين المهني في الجزائر بين واقع التعليم التقليدي وتحديات التعليم الالكتروني ، مجلة الشامل للعلوم الاقتصادية والاجتماعية ، 2020 ص 59

³ ورغي السيد احمد ، المرجع السابق ، ص 60

الإطار النظري

"نوع من التعلم يهدف إلى اكتساب المهارات والمعارف المرتبطة بمهنة معينة، من خلال برامج تكوينية معدة مسبقاً، تؤهل الفرد لشغل وظيفة ما، وتسعى إلى رفع كفاءته الإنتاجية وتمكينه من التعامل مع أدوات وتقنيات العمل الحديثة."

أما **بوفلجة غياث** فقد اعتبره: "عملية تنموية منظمة تُعنى بتحسين الاتجاهات، وتنمية المعارف والمهارات والسلوكيات المهنية، بما يتماشى مع متطلبات مواقف العمل المختلفة، وبما يمكن الأفراد من أداء مهامهم بأقصى قدر من الكفاءة."

في ضوء ما تم عرضه من تعريفات، يتبين أن التكوين المهني يُبنى على ثلاث دعائم رئيسية، تتفاعل فيما بينها لتكوّن إطاراً تكوينياً متكاملًا، يهدف إلى إعداد الفرد بشكل شامل لمتطلبات المهنة:

1. **البعد المعرفي**: يتمثل في تزويد المتكون بالأسس النظرية والمعارف الأكاديمية التي تُعد شرطاً

أساسياً لفهم طبيعة المهنة ومجالات تطبيقها.

2. **البعد المهاري**: يُعنى بتنمية الجوانب التطبيقية والقدرات التقنية، من خلال تدريبات ميدانية تهدف إلى تمكين المتكون من أداء المهام المهنية بكفاءة وجودة.

3. **البعد السلوكي**: يركز على ترسيخ مجموعة من القيم والاتجاهات الإيجابية لدى المتكون، مثل

الانضباط في العمل، الالتزام الأخلاقي، والقدرة على التكيف مع بيئة العمل الجماعية.

وبناءً على هذا التحليل، يمكن بلورة تعريف شامل للتكوين المهني بوصفه: "مساراً تربوياً وتكوينياً يجمع بين البعدين النظري والتطبيقي، ويهدف إلى إعداد الفرد عبر تنمية معارفه ومهاراته وسلوكياته المهنية، ضمن إطار من التوجيه المتخصص، بما يضمن جاهزيته للاندماج السلس في الوسط المهني. ويُعدّ هذا النمط من التكوين عملية متعددة الأبعاد، تدمج بين الجوانب الذهنية، التقنية، النفسية والاجتماعية، في سبيل تحقيق التنمية الشخصية والوظيفية للمكوّن."

المطلب الثاني : أهداف وأهمية التكوين المهني.

يُعد التكوين المهني أحد الركائز الأساسية في تحقيق التنمية الاقتصادية والاجتماعية، إذ يسهم بصفة فعالة في إعداد اليد العاملة المؤهلة وتزويدها بالمهارات التقنية والسلوكية اللازمة لمواكبة متطلبات سوق الشغل. فلا يقتصر دوره على الجانب التعليمي فقط، بل يتجاوز ذلك ليُشكل حلقة وصل بين عالم المعرفة النظرية وميدان التطبيق العملي.

في ظل التحولات المتسارعة التي يعرفها الاقتصاد العالمي، تزايد الاهتمام بالتكوين المهني كألية استراتيجية لضمان التنافسية وتحقيق الإدماج المهني، خصوصاً في أوساط الشباب والباحثين عن عمل.

الإطار النظري

وعليه، يهدف هذا المطلب إلى إبراز الأهداف الرئيسية التي يسعى إليها نظام التكوين المهني، إلى جانب توضيح الأهمية البالغة التي يحظى بها على المستويين الفردي والمجتمعي¹.

الفرع الأول : أهمية التكوين المهني

يُعد التكوين المهني من أهم الركائز التي تقوم عليها السياسات الاجتماعية والاقتصادية في الدول المعاصرة، لما له من أثر مباشر على تنمية رأس المال البشري، وتحقيق الاندماج المهني والاجتماعي، وتحسين الأداء التنظيمي والاقتصادي. وتتجلى أهمية التكوين المهني في عدة مستويات، نُفصلها كما يلي:

أولاً: أهمية التكوين المهني بالنسبة للفرد

يُعد التكوين المهني ركيزة أساسية في بناء المسار المهني للفرد، إذ يمنحه فرصة حقيقية لاكتساب مهارات تقنية وتطبيقية متخصصة تؤهله للاندماج الفعّال في سوق العمل. ويمثّل هذا النوع من التكوين بوابة للانتقال من التعلم النظري إلى الواقع العملي، من خلال تمكين الفرد من أداء مهام محددة بكفاءة عالية، تتماشى مع متطلبات المهن المختلفة في القطاعات الإنتاجية والخدمية والزراعية والتكنولوجية. على عكس التعليم التقليدي، يركّز التكوين المهني على الجوانب التطبيقية ويهدف إلى سد الفجوة بين المؤهلات ومتطلبات سوق العمل. ومن بين أبرز انعكاسات التكوين المهني على الفرد، تحسين فرص التوظيف، حيث تميل المؤسسات إلى تفضيل الكفاءات المكوّنة مسبقاً والتي لا تتطلب فترات طويلة للتدريب أو التأقلم. فالفرد المتكون يمتلك قدرة أسرع على الاندماج في محيط العمل، وهو ما يعزز قابليته للتوظيف، ويزيد من فرصه في الحصول على وظيفة مستقرة وملائمة.

كما يضطلع التكوين المهني بدور جوهري في تعزيز الثقة بالنفس لدى الفرد، إذ يمنحه الشعور بالكفاءة والسيطرة على أدوات العمل. هذا الشعور يُترجم إلى أداء أفضل، وسلوك أكثر إيجابية داخل المؤسسة، ما يفتح المجال للإبداع والابتكار، ويحفّز روح المبادرة لدى المتكون، ويؤهله للمساهمة بفعالية في تحسين جودة العمل داخل المؤسسة.

ولا تقتصر أهمية التكوين المهني على النواحي التقنية والمهنية فقط، بل تتجاوزها لتشمل أبعاداً نفسية واجتماعية ذات أثر بالغ. فمن الناحية النفسية، يساعد التكوين على تحقيق الرضا المهني ورفع الروح المعنوية، من خلال تمكين الفرد من أداء وظيفة يتقنها ويجد فيها ذاته. وهذا الشعور بالرضا يُعزز الولاء المؤسسي، ويُقلل من حالات الضغط المهني والاحتراق النفسي، كما يُسهم في بناء بيئة عمل صحية ومتوازنة.

¹ فتيحة، بن عليّة، التكوين المهني وأثره على التنمية المحلية، مجلة اقتصاديات الأعمال، العدد 15، 2021.

الإطار النظري

أما من الناحية الاجتماعية، فإن التكوين المهني يسهم بشكل مباشر في تحسين الوضعية الاجتماعية للفرد من خلال تسهيل دخوله إلى عالم الشغل، وبالتالي تحقيق الاستقلالية المالية، والمشاركة الفعالة في الدورة الاقتصادية للمجتمع. كما أنه يساهم في إخراج الأفراد من دائرة البطالة والتهميش، ويُعيد دمجهم اجتماعياً، ما يُساعد في تعزيز التماسك الاجتماعي ومحاربة الفقر.

وعلى المستوى الاقتصادي الفردي، يوفر التكوين المهني قاعدة صلبة لبناء مسار مهني ناجح، حيث يُمكن الفرد من التدرج داخل المؤسسة والوصول إلى مناصب ذات مسؤولية أكبر بفضل التكوين المستمر. إذ غالباً ما تُمنح المناصب القيادية لمن يمتلك رصيذاً معرفياً وتكوينياً متقدماً، ما يجعل من التكوين أداة للترقية المهنية وتعزيز التطور الوظيفي.

كما يسهم التكوين المهني في الوقاية من المخاطر المهنية وتقليل معدلات حوادث العمل، خاصة في المهن التي تستعمل الآلات والتقنيات الحديثة. فالعامل المتكوّن يمتلك المهارات الضرورية للتعامل الآمن مع أدوات العمل، ما يقلل من الأخطاء المهنية ويرفع من مستوى السلامة داخل بيئة العمل. وهذا الانعكاس الإيجابي يكتسب أهمية مضاعفة في ظل الاتجاه العالمي نحو اقتصاد قائم على المعرفة، يعتمد أساساً على كفاءات بشرية مؤهلة وعالية الأداء.

وعليه، فإن التكوين المهني ليس مجرد وسيلة تقنية للتشغيل، بل هو مسار تكويني متكامل يهدف إلى بناء شخصية الفرد المهنية والنفسية والاجتماعية، ويمنحه الأدوات الضرورية لتحقيق ذاته، والمساهمة في تطوير مجتمعه، والاندماج في الديناميكية الاقتصادية الحديثة التي تركز على الكفاءة، والإبداع، والاستدامة.

أولاً: أهمية التكوين المهني بالنسبة للفرد

يُعتبر التكوين المهني فرصة ثمينة للفرد لتطوير قدراته واكتساب المهارات العملية التي تسهل عليه الاندماج في سوق العمل بكفاءة وثقة. فهو من الركائز الأساسية التي تؤثر إيجابياً على مختلف جوانب الحياة المهنية، ولا يقتصر أثره على الجانب التقني فقط، بل يمتد ليشمل الأبعاد النفسية والاجتماعية أيضاً.

فعلى الصعيد النفسي، يعزز التكوين المهني شعور الفرد بالرضا المهني ويرفع من معنوياته، مما ينعكس إيجابياً على استقراره وإنتاجيته داخل بيئة العمل. كما يمنحه شعوراً بالكفاءة والقدرة على التعامل مع المهام المهنية، وهذا بدوره يعزز من اندماجه وثقته في محيط العمل.

أما من الناحية الاقتصادية، فإن التكوين المهني يلعب دوراً محورياً في تنمية المجتمع عبر إعداد يد عاملة ماهرة ومتخصصة تلبي احتياجات السوق الوطنية من الفنيين والتقنيين. ويسهم هذا الإعداد في رفع معدلات الإنتاج وتحسين نوعيته، مما يدعم مسار التنمية المستدامة ويعزز من القدرة التنافسية للاقتصاد الوطني.

الإطار النظري

وعلاوة على ذلك، يؤدي التكوين المهني دورًا وقائيًا هامًا في تقليل حوادث العمل، إذ إن العامل المتكون بشكل ملائم يمتلك المعرفة والمهارات التي تمكنه من التعامل الصحيح مع المعدات والآلات، ما يقلل من الأخطاء المهنية ويعزز السلامة في مكان العمل. ويكتسب هذا الدور أهمية متزايدة مع التحول نحو اقتصاد المعرفة الذي يولي أهمية كبرى للكفاءات البشرية المؤهلة¹.

• اكتساب مهارات مهنية وتقنية

يمكن التكوين المهني الأفراد من اكتساب مهارات عملية متخصصة تؤهلهم للقيام بمهام محددة داخل سوق العمل. فالتكوين يقوم على التدريب التطبيقي المباشر في مهنة معينة، مما يمكن المتكون من تنفيذ المهام المطلوبة بدقة وكفاءة. وعلى عكس التعليم النظري التقليدي، يركز التكوين المهني على الجوانب التطبيقية الضرورية في مختلف القطاعات الاقتصادية، سواء الصناعية أو الخدمية أو الفلاحية أو التكنولوجية.

• تحسين فرص التوظيف

من أبرز مزايا التكوين المهني تعزيز فرص الفرد في الحصول على عمل مناسب. حيث تميل المؤسسات إلى تفضيل العاملين المؤهلين الذين لا يحتاجون إلى فترة تدريب وتأقلم طويلة، مما يجعل خريجي التكوين المهني محل طلب أكبر مقارنة بغيرهم من غير المؤهلين.

• تعزيز الثقة بالنفس والإبداع

امتلاك المهارات العملية يزيد من ثقة الفرد بنفسه، ويحفزه على الإبداع وتقديم حلول مبتكرة في بيئة العمل. بالتالي، لا يقتصر التكوين المهني على إيجاد فرص العمل فقط، بل يشكل أيضًا وسيلة لتحسين جودة الأداء المهني.

• الترقية في المسار المهني

يساهم التكوين المستمر في تسهيل ترقية الفرد داخل المؤسسة، حيث غالبًا ما تُمنح المناصب القيادية للعاملين الذين يثبتون كفاءتهم الفنية والمعرفية. كما يمكن للبرامج التكوينية الدائمة أن توسع معارف وقدرات الموظفين، مما يسهل انتقالهم إلى مناصب مسؤولية أعلى.

• تحقيق الرضا المهني ورفع الروح المعنوية

يشعر الفرد بالرضا حين يمارس عملاً يتقنه ويعتبره ذا قيمة، مما يعزز ولاءه للمؤسسة ويقلل من معدلات الإرهاق والتوتر المرتبطين بالعمل. كما يساعد على بناء بيئة عمل إيجابية تشجع على الانضباط والمبادرة وتقليل النزاعات.

¹ دلندة نور الهدى ، مرجع سابق ص 72

الإطار النظري

• تحسين الوضعية الاجتماعية للفرد

يمكن للتكوين المهني أن يحسن الوضع الاجتماعي والاقتصادي للفرد عبر تمكينه من الاندماج في سوق العمل واستقلاليته المالية، مما يجعله عنصرًا فاعلاً في المجتمع. في بعض الحالات، يساعد التكوين على إخراج الأفراد من دائرة الفقر والتهميش وإعادة دمجهم اجتماعيًا.

ثانيًا: أهمية التكوين المهني بالنسبة للمؤسسة

يمثل التكوين المهني ركيزة أساسية لضمان تحقيق أداء مؤسسي فعال ومستدام، إذ يتيح للمؤسسة بناء قوة عاملة متمكنة وقادرة على مجابهة التحديات التقنية والتنظيمية في بيئة العمل المتغيرة باستمرار.

• رفع كفاءة الإنتاج وجودة العمل

تُسهم برامج التكوين المهني في تطوير مهارات العاملين بما يتناسب مع متطلبات الوظائف، مما يؤدي إلى تحسين جودة الإنتاج وتقليل الأخطاء المهنية. فالعاملون المؤهلون يستطيعون تنفيذ المهام بشكل أكثر دقة وسرعة، ما يعزز من تنافسية المؤسسة في الأسواق المحلية والعالمية.

• تقليل التكاليف التشغيلية

يساعد التكوين المهني على خفض التكاليف المرتبطة بالأخطاء، والهدر، والحوادث المهنية، وكذلك تقليل الحاجة إلى عمليات التصحيح أو الصيانة المتكررة. بالإضافة إلى ذلك، يقلل من معدلات دوران العمالة (التسرب الوظيفي)، مما يوفر تكاليف التوظيف والتدريب المستمر.

• تعزيز الابتكار والتجديد المؤسسي

العاملون المتكيفون بشكل جيد يكونون أكثر قدرة على تقديم أفكار مبتكرة وحلول إبداعية لمشكلات العمل، وهو ما يدعم تطوير المنتجات والخدمات وتحسين العمليات الداخلية. كما يتيح التكوين المستمر الاستجابة السريعة لتطورات السوق والتكنولوجيات الجديدة.

• بناء ثقافة مؤسسية إيجابية

يساعد التكوين المهني على خلق بيئة عمل صحية من خلال تعزيز الوعي بمعايير السلامة المهنية وأخلاقيات العمل، بالإضافة إلى بناء روح التعاون والعمل الجماعي بين الموظفين. فتكوين العاملين على قيم المؤسسة ورسالتها يجعلهم أكثر انتماءً وولاءً للمؤسسة.

• تلبية احتياجات التطور التنظيمي

الإطار النظري

مع تطور المؤسسات وتوسعها، تظهر حاجات جديدة من حيث المهارات والكفاءات. يوفر التكوين المهني الآليات المناسبة لتحديث هذه المهارات، مما يسهل تطبيق استراتيجيات النمو والتطور ويجعل المؤسسة أكثر مرونة في التعامل مع متطلبات السوق المتغيرة.

• تحسين سمعة المؤسسة وجذب الكفاءات

المؤسسات التي تولي أهمية للتكوين المهني تتمتع بسمعة جيدة في سوق العمل، مما يساعدها على جذب الكفاءات المميزة والاحتفاظ بها. فالعاملون يبحثون عن بيئات عمل توفر لهم فرص التطوير المهني، مما يجعل التكوين المهني أداة تسويقية للمؤسسة.

ثالثاً: أهمية التكوين المهني على المستوى الاقتصادي والاجتماعي

• تعزيز النمو الاقتصادي والتنمية المستدامة

يُعتبر التكوين المهني من العوامل الأساسية التي تدعم النمو الاقتصادي لأي بلد، إذ يساهم في بناء قوى عاملة مؤهلة قادرة على تلبية متطلبات السوق، ورفع الإنتاجية، وزيادة قيمة المنتجات والخدمات. من خلال تطوير مهارات الأفراد، يمكن تحقيق استغلال أفضل للموارد البشرية والمادية، مما يدفع عجلة التنمية الاقتصادية بشكل مستدام.

• الحد من البطالة وتحسين فرص التشغيل

يُعد التكوين المهني أداة فعالة للحد من البطالة، خاصة بين الشباب، حيث يوفر لهم فرص اكتساب مهارات عملية مطلوبة في سوق العمل. هذا التوجه يساهم في تقليل الفجوة بين العرض والطلب على العمالة المؤهلة، ويعزز من فرص الإدماج المهني والتشغيل المستدام، مما يقلل الضغوط الاجتماعية والاقتصادية الناتجة عن البطالة.

• دعم العدالة الاجتماعية وتقليل الفوارق

من خلال إتاحة فرص التكوين المهني لجميع فئات المجتمع، يمكن تقليل الفوارق الاجتماعية والاقتصادية بين المناطق والفئات المختلفة. إذ يسمح التكوين المهني بتمكين الفئات الضعيفة والمهمشة من اكتساب مهارات تؤهلهم للاندماج في سوق العمل، وبالتالي تحسين مستوى معيشتهم والمساهمة في بناء مجتمع أكثر عدالة وتوازناً.

• المساهمة في تحسين مستوى المعيشة وجودة الحياة

الإطار النظري

يترافق التكوين المهني مع تحسين مستوى الدخل للأفراد المتدربين، إذ يمكنهم من الوصول إلى وظائف أفضل برواتب أعلى. هذا الأمر ينعكس إيجابًا على جودة الحياة، حيث يُمكن الأفراد من تلبية حاجياتهم الأساسية وتحقيق طموحاتهم الشخصية والعائلية، كما يُعزز من قدرة المجتمع على التنمية البشرية والاجتماعية.

• تحفيز الابتكار والتكنولوجيا

الاستثمار في التكوين المهني يدعم انتشار التكنولوجيا الحديثة وتبنيها داخل القطاعات المختلفة، إذ يجهز العمالة بالمعرفة والمهارات التقنية اللازمة. هذا الأمر يؤدي إلى زيادة القدرة التنافسية على المستويين الوطني والدولي، ويحفز على الابتكار والبحث العلمي، مما يعزز الاقتصاد القائم على المعرفة.

• تعزيز التماسك الاجتماعي والاستقرار

بفضل التكوين المهني، يمكن تخفيف حدة المشكلات الاجتماعية التي تتجم عن البطالة والفقر، مما يساهم في تعزيز الاستقرار الاجتماعي والسياسي. إذ يشعر الأفراد الذين يمتلكون مهارات قابلة للتوظيف بالاندماج والمساهمة الفاعلة في المجتمع، ويقل لديهم الشعور بالإقصاء أو الإحباط.

المطلب الثالث : تطور قطاع التكوين المهني في الجزائر.

الفرع الأول: التكوين المهني في الحقبة الاستعمارية.

شكّلت هذه المرحلة حقبة حرجية في المسار التعليمي للجزائريين، حيث لم تتجاوز نسبة التمدريس آنذاك 3% من مجموع السكان، ما يعكس حجم التهميش الذي عرفه المجتمع الجزائري خلال الفترة الاستعمارية. وقد سُجّلت أولى المحاولات الرسمية لإنشاء تعليم مهني في سنة 1835، من خلال فتح مدرسة للحرف في منطقة القبائل، غير أنها أُغلقت لاحقًا. وبعدها تم تأسيس مدرسة أخرى للتكوين الزراعي في الجزائر العاصمة، غير أنها حُصّنت حصريًا لفائدة الشباب الأوروبي، ولم يُسمح للجزائريين بالالتحاق بها إلا بعد الأزمة الاقتصادية العالمية لسنة 1929.

أما الانطلاقة الفعلية لمنظومة التكوين المهني خلال الحقبة الاستعمارية، فقد تزامنت مع التداعيات الاقتصادية للحرب العالمية الثانية، التي دفعت فرنسا إلى البحث عن يد عاملة مؤهلة، فالتفتت إلى الجزائر كمصدر استراتيجي. وفي هذا السياق، صدر قانون 29 أفريل 1949 الذي وضع الأطر القانونية لأهداف التكوين المهني، وأسندت مهام التنظيم والتنفيذ إلى مصلحة التكوين المهني تحت إشراف الديوان الوطني الجهوي الجزائري للعمل.

جاء هذا التكوين استجابة لحاجة استعمارية ملحة لإعادة إعمار المنشآت القاعدية المدمّرة، وتركّز بشكل خاص على مجالات البناء، الأشغال العمومية، والإنشاءات المعدنية، مع اعتماد برامج قصيرة المدى بهدف تسريع

الإطار النظري

تأهيل أكبر عدد ممكن من اليد العاملة. كما ارتبطت هذه السياسات أيضًا بالتحويلات السياسية التي فرضتها اندلاع الثورة الجزائرية، حيث اضطرت السلطات الاستعمارية إلى تبني إصلاحات اجتماعية شكلية في إطار ما عرف بـ"مشروع قسنطينة"، والذي تضمن تعزيز التكوين كجزء من تلك الإصلاحات¹.

الفرع الثاني: التكوين المهني في فترة الاستقلال

مرّ قطاع التكوين المهني في الجزائر بعدة مراحل إصلاحية متعاقبة منذ الاستقلال، تميز كل منها بخصوصيات تنظيمية وتشريعية، استجابة لتحويلات المشهد الاقتصادي والاجتماعي الوطني.

• الفترة من 1962 إلى 1969:

شهدت هذه المرحلة المبكرة من الاستقلال ضعفًا هيكليًا في المنظومة التكوينية، حيث لم يكن عدد مراكز التكوين يتجاوز 22 مركزًا على المستوى الوطني، كما عانى القطاع من نقص حاد في الكوادر المؤطرة. ومع إطلاق المخطط الثلاثي 1967-1969، بدأت الدولة في إعادة هيكلة نظام التكوين، بهدف مواكبة الحركية الاقتصادية الناشئة وتغطية العجز المسجل في اليد العاملة المؤهلة. وفي سنة 1969، تم تكليف وزارة العمل والشؤون الاجتماعية بالإشراف المباشر على قطاع التكوين المهني، ما شكل خطوة مؤسسية مهمة في مسار تقنين القطاع وتوسيعه.

• الفترة من 1970 إلى 1979:

اتسمت هذه المرحلة بتنظيم ملتقيات وطنية تشاورية حول تطوير التكوين، حيث أعطيت الأولوية لتكريس الأسس العلمية والتقنية في إعداد المتكونين. كما تم التأكيد على ضرورة التناغم بين السياسات التكوينية ومتطلبات التنمية الاقتصادية. وفي هذا الإطار، صدر المرسوم التنفيذي رقم 74/114 المؤرخ في 10 جوان 1974، الذي أرسى الإطار القانوني لمراكز التكوين المهني، كما تم إدماج موظفي هذا القطاع ضمن أسلاك الوظيفة العمومية، ما منحهم وضعًا قانونيًا أكثر استقرارًا ومهنية.

• الفترة من 1980 إلى 2000:

عرفت هذه الفترة تنفيذ المخطط الخماسي الذي هدف إلى ضمان تكوين تأهيلي لفائدة خريجي المنظومة التربوية، وكذا المستخدمين الذين تحتاج إليهم المؤسسات الاقتصادية. وتميزت هذه المرحلة بإنشاء مراكز للتكوين عن بعد، وتوسيع نطاق التخصصات المعتمدة ليصل إلى نحو 200 تخصص. كما صدر القانون رقم 07/81

¹ بوسنة محمود ، التكوين المهني في الجزائر : تطوره منذ الاستقلال وفاق تنميته و تحسين فعاليته ، معهد علم النفس وعلوم التربية ، جامعة الجامعة ، ص238 .

الإطار النظري

المتعلق بنظام التمهين، والذي شكّل منعطفًا هامًا في مجال التكوين من خلال إدماج المتربصين داخل الورشات والمؤسسات الإنتاجية.

• الفترة من 2000 إلى اليوم:

شهدت هذه المرحلة تطورًا نوعيًا في المنظومة التكوينية، حيث تم في سنة 2003 إبرام اتفاقية تعاون بين الجزائر والاتحاد الأوروبي تهدف إلى عصرنة وتأهيل قطاع التكوين المهني بما يتماشى مع اقتصاد السوق. وفي سنة 2011، صدر المرسوم التنفيذي رقم 11/333 الذي نصّ على استحداث خلايا الإرشاد والتوجيه على مستوى مؤسسات التكوين المهني، إلى جانب إنشاء لجان ولأئية مشتركة بين القطاعات المعنية. كما عرفت هذه الفترة إصدار عدة مدونات مهنية تُعنى بالشعب والتخصصات، وصولاً إلى النسخة الأخيرة لعام 2012 التي تم تدعيمها بملحقين تكميليين صدرتا في سنتي 2014 و2015. وتهدف هذه المدونات إلى تحسين مواءمة التكوين مع احتياجات سوق العمل، من خلال التكفل الفعال بالطلب المعبر عنه من قبل القطاعات الاقتصادية المختلفة، وتوجيه المتكويين نحو المهن الأكثر طلبًا.

المطلب الرابع: هياكل وأنماط التكوين المهني في الجزائر.

يُعتبر التكوين المهني من الركائز الأساسية التي تركز عليها سياسات التنمية البشرية في الجزائر، لما له من دور محوري في تأهيل اليد العاملة وتزويدها بالمهارات اللازمة لمواجهة تحديات سوق العمل المتغير. وتتعدد هياكل وأنماط التكوين المهني تبعًا لطبيعة المتدربين، والقطاعات المستهدفة، والأهداف المرجوة من عملية التكوين. ففي ظل التطورات الاقتصادية والاجتماعية التي شهدتها الجزائر، برزت الحاجة إلى تنظيم وتطوير منظومة التكوين المهني لتصبح أكثر تكاملاً ومرونة، قادرة على استيعاب متطلبات التنمية الوطنية والتكنولوجيات الحديثة.

يركز هذا المطلب على دراسة هياكل التكوين المهني المختلفة في الجزائر، والتي تشمل المؤسسات الرسمية والخاصة، إضافة إلى الأنماط المتنوعة التي تعتمد هذه الهياكل في تقديم برامج التكوين. كما يتناول البحث الطرق والآليات التي يتم من خلالها تنظيم هذه الهياكل، فضلاً عن التحديات التي تواجهها في سبيل تحقيق تكوين فعال ومتكامل. هذه الدراسة تسلط الضوء على مدى التنوع في أنماط التكوين المهني، سواء كان تكوينًا تقنيًا، أو حرفيًا، أو تكوينًا مستمرًا، وكيف تتفاعل هذه الأنماط مع السياسات الحكومية وخطط التنمية الاقتصادية والاجتماعية.

إن فهم هياكل وأنماط التكوين المهني في الجزائر يُعد أمرًا حيويًا لتقييم فعالية هذه المنظومة، ولبناء مقترحات تطويرية تساهم في تعزيز جودتها وتأثيرها على سوق العمل، وبالتالي دعم التنمية المستدامة للبلاد.

الإطار النظري

الفرع الاول : هياكل و التكوين المهني في الجزائر

أولا : المعاهد الوطنية المتخصصة في التكوين المهني

تتواجد المعاهد المتخصصة في التكوين المهني في اغلب ولايات الوطن وتتكفل بتكوين الفئات من المستوى الخامس وتكوين التقنيين سامين المتوجين في نهاية المسار بشهادة تقني سامي.

ثانيا : مراكز التكوين المهني

هو مؤسسة عمومية ذات طابع إداري يتمتع بالشخصية المعنوية والاستقلال المالي، المادة 03 من مرسوم التنفيذي 16-186 المحدد للقانون الأساسي النموذجي لمراكز التكوين المهني والتمهين.

تشكل مراكز التكوين المهني الشبكة القاعدية لجهاز التكوين المهني وتوفر تكوينا في المستويات من الأول وحتى المستوى الرابع ويضاف له ا تكوينات تاهيلية على غرار التكوين في كل الأنظمة السابقة الذكر كما يوجد لهذه المراكز ملحقات وأقسام منتدبة بالوسط الريفي ويعنى التكوين المهني باستقبال الفئة المتسربة من الدراسة على الخصوص وذلك لاحتوائها وتأهيلها في تخصصات مناسبة لهؤلاء التلاميذ وإدماجهم في الوسط الاجتماعي في شكل حرفيين أو عمال إداريين مؤهلين.

المهام:

- ضمان تكوين مهني أولي في جميع أنماط التكوين وفي مستويات التأهيل من الأول إلى الرابع.
- ضمان التكوين المهني ا لمتواصل في مستويات التأهيل ا لمذكورة في الفقرة السابقة.
- ضمان التكوين للفئات الخاصة عن طريق الأجهزة الخاصة الموضوعية.
- تنظيم الإعلام والاتصال حول عروض التكوين وتوجيه ا لمتربصين والمتمهين.
- تنظيم نشاطات التكوين في إطار اتفاقيات مع مختلف الهيئات والإدارات والمتعاملين الاقتصاديين والاجتماعيين.
- تنظيم ا لمسابقات والامتحانات والاختبارات المقررة في برامج التكوين المهني.
- القيام بتنصيب الممتهين في الوسط المهني.
- اتخاذ كل مبادرة للمساهمة في الإدماج المهني للحائزين على شهادات التكوين المهني والشباب المكون في إطار أجهزة الإدماج.
- المشاركة مع مؤسسات الهندسة البيداغوجية في تقييم وتكييف برامج التكوين والكتب المهنية.
- تطوير النشاطات الثقافية والرياضية لفائدة المتربصين والمتمهين.
- المشاركة في التظاهرات ذات الصبغة المهنية والثقافية والرياضية.

الإطار النظري

ثالثا : المعهد الوطني للتكوين المهني

وهذا المعهد مكلف بالهندسة البيداغوجية وتكوين المؤطرين. فهو مقسم و موزع جهويا.

رابعا: معاهد التكوين المهني

تتكفل بتكوين وتحسين ورسكلة المدرسين ومستخدمي الإدارة وإعداد وطبع وتوزيع برامج التكوين المهني.

حُدِّثَتْ خمسة (5) نماذج لمعاهد التعليم المهني، وهي:

- نموذج صناعي، يضم تخصصات في الصناعة،
- نموذج بناء واشغال عمومية: يضم تخصصات في البناء والأشغال العمومية،
- نموذج فلاحي، يضم تخصصات في الفلاحة والصناعة الغذائية،
- نموذج الخدمات، يضم تخصصات في الخدمات،
- نموذج الفنادق والسياحة ، يضم تخصصات في الفنادق والسياحة و الإطعام.

تُقدَّر طاقة الإستيعاب النظرية لكل معهد بـ 1000 مقعد بيداغوجي و 300 سرير، وذلك قصد التكفل بتلاميذ الولايات و المناطق التي لا تتوفر على معهد للتعليم المهني، لعدم توفر نسيج اقتصادي ملائم، أو بسبب اختيار التلاميذ لتخصصات غير موجودة في معهد التعليم المهني لمقر إقامتهم. بإمكان كل معهد أن يضم ثلاث تخصصات على الأقل من نفس العائلة المهنية و ذلك، حسب النسيج الاقتصادي المتواجد فيه. يسمح هذا التنظيم بترشيد النفقات في مجال التجهيزات والتأطير وذلك كون هذه الفروع، تتضمن محتويات تدريس مشتركة.

خامسا: مركز الدراسات والبحث في المهن والمؤهلات

يقوم بإعداد الدراسات والبحوث حول المؤهلات وتطوراتها وبكل دراسة تهم قطاع التكوين المهني.

سادسا: الديوان الوطني لتطوير وترقية التكوين المتواصل

مؤسسة عمومية ذات طابع صناعي وتجاري تحت وصاية وزارة التكوين والتعليم المهنيين متخصص بالتكوين المتواصل والدراسات والاستشارة وتقديم المساعدة للشركات والمؤسسات العمومية والخاصة.

- سنة 1981 أنشئ المعهد الوطني لترقيته التكوين والتمهين، "INDEFE" بصيغة مؤسسة عمومية ذات

طابع إداري

- سنة 1990 تغيرت تسميته ليصبح المعهد الوطني لتطوير التكوين المتواصل وترقيته 'INDEFOC'

تحت صيغة مؤسسة عمومية ذات طابع صناعي وتجاري

الإطار النظري

- سنة 2012 بموجب المرسوم التنفيذي رقم 80-12 المؤرخ 12 فبراير 2012، تم تعديل تسميته إلى الديوان الوطني لتطوير التكوين المتواصل وترقيته "ONDEFOC" يتمتع بالشخصية المعنوية والاستقلال المالي.

يعمل على تقديم المساعدة والاستشارة للمؤسسات العمومية الاقتصادية ولكل هيئة مستخدمة عمومية أو خاصة.

المهام التجارية:

- تقديم المساعدة والاستشارة للمؤسسات العمومية الاقتصادية ولكل هيئة مستخدمة عمومية أو خاصة.
- تطوير وإنجاز في إطار الاتفاقيات لكل نشاطات التكوين وتحسين المستوى وتجديد المعلومات بطلب من الأفراد وعمال المؤسسات والهيئات العمومية والخاصة.
- القيام بتقديم الخدمات المرتبطة بالدراسات التشخيصية والتحليلية للاحتياجات في التكوين العمومية والخاصة المتواصل واعداد مخططات التكوين المتواصل والهندسة البيداغوجية في مجال التكوين المتواصل.
- تكييف عرض التكوين مع الاحتياجات المعبر عنها من قبل العمال والمؤسسات والهيئات المستخدمة، والقيام بالتصديق على الكفاءات المكتسبة عن طريق الخبرة VCAE بطلب من الأفراد والمؤسسات العمومية الاقتصادية والهيئات المستخدمة العمومية والخاصة.
- تنظيم وإنجاز حاصل الكفاءات بطلب من الأفراد والمؤسسات الاقتصادية والهيئات المستخدمة العمومية والخاصة¹.

يتكف الديوان بالمهام التالية:

- دعم الشركات في تصميم وإعداد خطط التكوين السنوية
- القيام بإجراءات التكوين وإعادة التكوينات المقدمة لصالح الأفراد والشركات والمؤسسات والمنظمات العامة والخاصة.
- تنفيذ أنشطة التكوين لتحسين وتحويل الكفاءات لصالح الأفراد والشركات والمؤسسات والهيئات العامة والخاصة.
- تقديم خدمات تتعلق بالاحتياجات وخطط التكوين، وهندسة التكوين لأي هيئة عاملة. إجراء أي دراسة وبحث لتحسين وتكييف محتويات وطرق ووسائل التعليم المستخدمة في التكوين المتواصل
- تنفيذ دراسات السوق والتدقيق والتخصص والتحسين أو أي طلب آخر.

¹ وزارة التكوين والتعليم المهنيين. الديوان الوطني لتطوير التكوين وترقيته. متاح من خلال: https://mfp.gov.dz/?page_id=45973

الإطار النظري

- تنظيم وتنفيذ عمليات تحقق الكفاءات المكتسبة من خلال الخبرة بناءً على طلب الأفراد والشركات العامة والخاصة¹.

سابعا : المؤسسة الوطنية للتجهيزات التقنية والبيداغوجية للتكوين المهني
وتتمثل مهمتها في اقتناء وتركيب وصيانة التجهيزات التقنية والبيداغوجية
ثامنا : المركز الوطني للتكوين عن بعد

انشأ سنة 1984 بموجب مرسوم تنفيذي رقم 271-84 تحت تسمية المركز الوطني للتعليم المهني بالمراسلة، وكانت مهمته هي ضمان التكوين عن طريق ارسال كتيبات للمتربص كما يتم الإتصال به عن طريق الرسائل. تم تحويله بموجب مرسوم رقم 298-90 إلى المركز الوطني للتعليم المهني عن بعد وهذا بتغير الطابع القانوني للمركز ليصبح مؤسسة عمومية ذات طابع صناعي و تجاري، في هذه المرحلة أصبح المركز ينظم تجمعات بيداغوجية دورية حيث يكون حضور المتربصين بصفة إجبارية و هي عبارة عن حلقة وصل بين المتربص و أستاذ مختص للإجابة عن تساؤلات و مشاغل المتربص، بعدها عدل بموجب مرسوم رقم 163-17 تحت تسمية المركز الوطني للتكوين و التعليم المهنيين عن بعد، في هذه الفترة أصبحت الدروس تقدم في أقراص مضغوطة للمتربص فور تسجيله.

يسمح النمط عن بعد بتكوين وتعليم بطريقة مستقلة دون التقيد بالتوقيت أو الحضور عبر مراحل تطور المركز كانت تستعمل دعائم مختلفة من الدروس الورقية فالرقمية عن طريق القرص المضغوط وصولا الى استعمال و استغلال المنصة الالكترونية البيداغوجية للمركز.

مهام المركز:

يعد المركز مؤسسة داعمة لقطاع التكوين والتعليم المهنيين، ومسؤول عن تطوير وتشجيع وتنظيم التكوين والتعليم المهنيين عن بعد.

و لأجل ذلك كلف المركز للقيام بالمهام التالية:

- إعلام ،توجيه وتسجيل المترشحين للتكوين الأولي عن بعد.
- توزيع الدروس مع المتابعة البيداغوجية للمتربصين.
- تقديم المتكويين لإجراء امتحانات نهاية التكوين².

الفرع الثاني : أنماط التكوين المهني:

¹وزارة التكوين والتعليم المهنيين. مرجع سابق.

²وزارة التكوين والتعليم المهنيين. مرجع سابق.

الإطار النظري

ينقسم التكوين المهني إلى عدة أنماط تتمثل في:

1. التكوين الإقامي:

يجرى داخل هياكل تكون متخصصة ومجهزة وتتمثل في مركز التكوين المهني والتمهين والمعاهد الوطنية المتخصصة في التكون المهني، تتم داخل مؤسسة التكون طيلة مدة التربص ويكتمل بفترات تطبيقية تنظم في الوسط الصناعي لصالح المترشحين.

يتم التكوين الحضوري على مستوى مؤسسات التكوين المهني (مع تربص تطبيقي في الوسط المهني، كما يمكن مزاوله عن طريق الدروس المسائية

المدة الإجمالية للتكوين

تحدد المدة الإجمالية للتكوين بالأشهر، فالتكوين المحدد بـ 12 شهرا يعادل سداسيين (2) بيداغوجيين، أي سنة أكاديمية و تتضمن هذه المدة، العطل القانونية (العطل السنوية وما بين الدورات)، فترات التربص التطبيقي في الوسط المهني وكذا الوقت المكرس للتقييمات المستمرة للمعارف و للإمتحان النهائي لتتويج التكوين.

الجدول رقم 1 : الخصائص العامة لبرامج التكوين المهني في الجزائر

مستويات التأهيل	الشهادات	مدة التكوين الإجمالية بالأشهر	مدة التكوين الإجمالية بالساعات	الحجم الساعي الأسبوعي للتعليم	مدة التربص التطبيقي في الوسط المهني بالأسابيع
المستوى الأول	ش.ت.م.م	12 شهرا	680 ساعة	20 ساعة	(02) أسبوعين
المستوى الثاني	ش.ك.م	12 شهرا	952 ساعة	28 ساعة	03 أسابيع
المستوى الثالث	ش.ت.م	18 شهرا	1377 ساعة	27 ساعة	04 أسابيع
المستوى الرابع	ش.ت	24 شهرا	1972 ساعة	29 ساعة	12 أسبوعا
المستوى الخامس	ش.ت.س	30 شهرا	2465 ساعة	29 ساعة	24 أسبوعا

2. التكوين عن بعد:

الإطار النظري

يتم عن طريق المراسلة من خلال المركز الوطني للتعليم المهني عن بعد CNEPD في المهن، والتخصصات التي لا تتطلب تجهيزات خاصة أو معقدة ويمنح نفس الشهادة التي تمنحها مراكز ومعاهد التكوين .

3. التكوين المسائي:

يتم عن طريق عرض دروس التكوين في المؤسسات العادية في آخر النهار بعد الانتهاء من دروس التكوين الإقامي العادية، تتم من خلال حجم ساعي مدروس لتحقيق الكفايات المهنية المراد اكتسابها، يتوجه إليه العمال والموظفين المشتغلين في المؤسسات الإنتاجية والخدماتية والراغبين في اكتساب تأهيل معين ورفع مستواهم وتحسين مسارهم المهني.

4. التكوين عن طريق التمهين:¹

التكوين عن طريق التمهين هو نمط من التكوين المهني ينظم في شكل تناوبي بين المؤسسة العمومية للتكوين المهني و الوسط المهني، يهدف إلى اكتساب تأهيل مهني أولي في منصب التمهين يسمح بممارسة مهنة في مختلف قطاعات النشاط المرتبطة بإنتاج المواد أو الخدمات.²

يتم عن طريق إعطاء المتمهن تأهيلا مهنيا يصفه في اتصال مباشر مع المهنة داخل ورشة عمل أو لدى حرفي ماهر، أو في مؤسسة إنتاجية أو إدارية يتم التكفل به عن طريق الحرفي نفسه أو المسؤول الإداري، ويكتسب المتمهن بذلك مهنته بالاحتكاك المباشر مع الواقع، أما الجانب النظري يستفيد منه على مستوى مركز التكوين المهني الأقرب من المكان الذي يتابع فيه تمهينه.

5. التكوين المتواصل:

في إطار تطوير منظومة التكوين المتواصل، عملت وزارة التكوين والتعليم المهنيين على إنشاء جهاز المصادقة على الكفاءات المكتسبة عن طريق الخبرة، وهو آلية تهدف إلى الاعتراف بالكفاءات المهنية التي يكتسبها الأفراد عبر تجربتهم العملية. ويُعتبر هذا الجهاز خطوة هامة في تعزيز مكانة العاملين من خلال منحهم تصديقا مهنيًا معترفًا به، كما يهدف إلى تحسين وضعيتهم المهنية عبر دعم مشاريعهم التكوينية أو المهنية. إضافة إلى ذلك، يشمل هذا الجهاز الفئات الأكثر هشاشة مثل الأشخاص العاطلين عن العمل لفترات طويلة والباحثين عن فرص شغل.

الأشخاص المستهدفون بالتصديق على الكفاءات المكتسبة عن طريق الخبرة هم: الأجراء، العمال الأحرار، طالبي الشغل، وكل شخص يرغب في الحصول على تصديق لكفاءاته المهنية. ويشترط في المتقدمين أن

¹ وزارة التكوين والتعليم المهنيين. التكوين من أجل التمهين. متاح من خلال: https://mfp.gov.dz/?page_id=1341

² القانون 18-10 المؤرخ في 25 رمضان 1439هـ الموافق لـ 10 جوان 2018، المحدد للقواعد التطبيقية في مجال التمهين

الإطار النظري

يكونوا بالغين من العمر 20 سنة على الأقل، وأن يثبتوا خبرة مهنية لا تقل عن ثلاث سنوات في النشاط المهني المرتبط بالتصديق المطلوب¹.

يتم تطبيق هذا النظام من خلال مراحل محددة تشمل:

- دراسة الطلب المقدم من قبل المعني.
- إجراء مقابلة الاستقبال والاستعلام لتحديد احتياجات الكفاءة المطلوبة.
- اجتياز الامتحان التطبيقي.
- التقويم الفني لكفاءة المتقدم.
- التكوين التكميلي عند الضرورة.
- تسليم شهادة التأهيل المهني في النهاية.

في بداية الإجراءات، يتعين على طالب التصديق تقديم طلبه لدى لجنة التصديق على الكفاءات المتواجدة في مؤسسة التكوين المهني أو لدى الديوان الوطني لتطوير التكوين المتواصل وترقيته، مع ملء استمارة خاصة لذلك الغرض. كما يجب عليه تقديم شهادات التكوين أو أي وثائق أخرى تدعم خبرته المهنية، وقد يُطلب منه في بعض الحالات تقديم تصريح شرفي يثبت الخبرة المكتسبة.

بعد دراسة الطلب، ينتقل المترشح إلى مرحلة مقابلة الاستقبال والاستعلام، التي تهدف إلى تحديد مجالات الكفاءات التي سيتم التصديق عليها، والتي تشكل أساس الامتحان التطبيقي. ويُمنح المتقدم بعد ذلك استدعاءً رسميًا لاجتياز الامتحان.

أما الامتحان التطبيقي، فيُعد وينظم بواسطة المكلف بالتقييم وفقًا للنظام المرجعي الخاص بالتصديق على الكفاءات، والذي أُعد بالتنسيق بين شبكة الهندسة البيداغوجية والديوان الوطني لتطوير التكوين المتواصل وترقيته.

في حال رأت لجنة التقييم ضرورة متابعة تكوين تكميلي، يتم إرسال استدعاء للمتقدم خلال الشهر التالي. ويتم تقديم هذا التكوين التكميلي من طرف المؤسسات العمومية المختصة مثل المعاهد الوطنية المتخصصة في التكوين المهني، مراكز التكوين والتمهين، المركز الوطني للتكوين والتعليم المهنيين عن بعد، والديوان الوطني لتطوير التكوين المتواصل وترقيته. ويهدف هذا التكوين إلى تعزيز المعارف النظرية والتقنية التي تم تحديدها من قبل لجنة التقييم، ويمكن أن تستمر فترة التكوين من أسبوع واحد على الأقل حتى شهر كامل كحد أقصى.

¹ وزارة التكوين والتعليم المهنيين. المصادقة على الكفاءات المكتسبة عن طريق الخبرة. متاح من خلال: https://mfp.gov.dz/?page_id=41239

الإطار النظري

وأخيرًا، يتوج هذا المسار بمنح شهادة تأهيل مهني تُسلم من طرف مدير المؤسسة التي جرى فيها إجراء الامتحان، مما يُعطي للمرشح تصديقًا رسميًا معترفًا به على كفاءاته المهنية المكتسبة¹.

6. التكوين لإعادة التكييف:

الإطار القانوني:

في إطار تطبيق أحكام القانون رقم 08-07 المؤرخ في 23 فيفري 2008²، المتضمن القانون التوجيهي للتكوين والتعليم المهنيين، وبشكل خاص المادة 04³ منه، قامت وزارة التكوين والتعليم المهنيين بوضع تنظيم بيداغوجي وهيكلية موجه لتكوين الأشخاص ذوي الاحتياجات الخاصة، حيث تم تخصيص بعض المؤسسات لضمان تكوين ملائم لهذه الفئة.

أ- تنظيم التكوين

يُنظم التكوين المهني لفائدة الأشخاص ذوي الاحتياجات الخاصة وفق أنماط مختلفة تشمل:

1. التكوين الحضوري

ينظم التكوين الحضوري بثلاث صيغ رئيسية:

- في فروع عادية على مستوى مؤسسات التكوين المهني.
 - في فروع خاصة تُفتح داخل مؤسسات التكوين وتخصص للمتربين ذوي الاحتياجات الخاصة.
 - في فروع منتدبة تُفتح على مستوى هيكل تابعة للحركة الجمعوية أو قطاعات وزارية أخرى، تجمع فئة واحدة من المعوقين، ويتم تأطيرهم من طرف مكوني قطاع التكوين والتعليم المهنيين.
- كما توجد مراكز جهوية متخصصة في تكوين الأشخاص ذوي الاحتياجات الخاصة في ولايات: الأغواط، الجزائر، سكيكدة، بومرداس، وغليزان.

2. التكوين عن طريق التمهين

يهدف هذا النمط إلى اكتساب تأهيل مهني من خلال التناوب بين مؤسسات التكوين المهني والمؤسسات الاقتصادية أو الحرفيين أو المؤسسات العمومية ذات الطابع الإداري.

3. التكوين عن بعد

¹ وزارة التكوين والتعليم المهنيين. المصادقة على الكفاءات المكتسبة عن طريق الخبرة. متاح من خلال: https://mfp.gov.dz/?page_id=41239

² المرجع نفسه

³ المرجع نفسه

الإطار النظري

ينظم هذا النمط من التكوين من طرف المركز الوطني للتعليم والتكوين المهني عن بعد، ويعتبر الأنسب للأشخاص الذين تعوقهم إعاقاتهم عن التنقل إلى مؤسسات التكوين الحضوري، حيث يتم التكوين عبر المراسلة (مطبوعة، دعائم رقمية، وأدوات إلكترونية)، مع تنظيم تجمعات بيداغوجية دورية لدعم المتدربين¹.

ب- إجراءات التوجيه

يتم توجيه المترشح ذي الاحتياجات الخاصة نحو التخصص ونمط التكوين المناسبين لإعاquته، ويتم ذلك عبر لجنة متعددة المهام تضم طبيباً، مستشار توجيه، أخصائي نفسي، وأستاذ مكون، بهدف التوفيق بين القدرات الجسدية والفكرية للمتدرب ومتطلبات التخصص.

ج- الفئات المستفيدة من التكوين المهني

يُفتح التسجيل لمتابعة التكوين المهني لفئات الأشخاص ذوي الاحتياجات الخاصة التالية:

- المعوقون حركياً.
- المعوقون حسيّاً (نقص السمع، الصم والبكم)
- المعوقون بصريّاً (نقص البصر والمكفوفون)
- ذوو التأخر المدرسي (الإعاقة الذهنية الخفيفة)

د- الامتيازات الممنوحة للأشخاص ذوي الاحتياجات الخاصة

يُمنح الأشخاص ذوي الاحتياجات الخاصة عدة امتيازات لتسهيل ولوجهم إلى التكوين المهني، منها:

- منح الأولوية للشباب ذوي الاحتياجات الخاصة عند طلب التكوين في التخصصات الملائمة لإعاقتهم.
- منح رخصة مستوى دراسي تمكنهم من الالتحاق بمستويات التأهيل 1، 2، و3².
- عدم خضوعهم لشرط السن الأقصى في نمط التكوين عن طريق التمهين.
- إعفاؤهم من اختبارات ومسابقات الدخول.
- توفير تكوين تحضيري مكيف للمترشحين الذين لا يمتلكون المستوى الدراسي المطلوب، ضمن آلية التكوين لفائدة الشباب دون المستوى الدراسي.
- إمكانية استئناف التكوين للمتربصين الذين انقطعوا لأسباب صحية.

7. التكوين عن طريق المعابر :

¹ وزارة التكوين والتعليم المهنيين. التكوين المهني لفائدة الأشخاص ذوي الاحتياجات الخاصة. متاح من خلال:

https://mfp.gov.dz/?page_id=2361

² المرجع نفسه

الإطار النظري

المعابر في التكوين المهني تمثل آلية مهمة تتيح للمدرّبين الانتقال من مستوى تأهيلي إلى مستوى أعلى معترف به رسميًا. هذه المعابر تندرج ضمن إطار التكوين المتواصل، الذي ينتهي بالحصول على شهادة، كما تسمح بمواصلة برنامجين تكوينيين في نفس التخصص أو الشعبة المهنية أو ضمن المجموعات الوظيفية نفسها، بهدف الارتقاء بالشهادة والحصول على مستوى أعلى من التأهيل. المعابر تستهدف بشكل خاص حاملي شهادات التكوين المهني أو التعليم المهني الصادرة عن المؤسسات العمومية التابعة لوزارة التكوين والتعليم المهنيين، بشرط استيفائهم لشروط المستوى الدراسي والخبرة المهنية المحددة في دليل التكوين، وذلك عبر المعابر أو من خلال التفوق الدراسي للمترشحين ضمن الخمسة الأوائل. كما تشمل هذه الآلية أيضًا حاملي الشهادات الممنوحة من مؤسسات عمومية لدوائر وزارية أخرى، بشرط استيفائهم للمعايير البيداغوجية المعتمدة في قطاع التكوين والتعليم المهنيين، بالإضافة إلى العمال القائمين على مناصبهم والذين يمتلكون الشهادات والخبرات المهنية المطلوبة.

بالنسبة لشروط الالتحاق بالتكوين المهني عبر المعابر، فهي كالتالي:

- للحصول على شهادة الكفاءة المهنية (ش.ك.م) في تخصص ضمن نفس الشعبة المهنية أو المجموعة الوظيفية، يجب أن يكون المتقدم حاملاً لشهادة الكفاءة المهنية مع خبرة مهنية لا تقل عن سنتين في نفس المجال بعد الحصول على الشهادة.
- لنيل شهادة التحكم المهني (ش.ت.م)، يشترط أن يكون المتقدم حاملاً لشهادة الكفاءة المهنية مع خبرة مهنية لا تقل عن سنتين في نفس المجال بعد الشهادة.
- للتسجيل في تكوين شهادة تقني (ش.ت)، يمكن للمتقدمين الحاصلين على شهادة التحكم المهني، مع توافر مستويات دراسية أو خبرات مهنية مختلفة وفقاً لما يلي:
 - حامل شهادة التحكم المهني مع مستوى دراسي السنة الثانية ثانوي.
 - حامل شهادة التحكم المهني مع خبرة سنتين على الأقل ومستوى دراسي السنة الرابعة من التعليم المتوسط.
 - حامل شهادة التحكم المهني مع خبرة ثلاث سنوات ومستوى دراسي أقل من السنة الرابعة من التعليم المتوسط.
 - كذلك يُسمح لحاملي شهادة الكفاءة المهنية في حال عدم وجود شهادة التحكم المهني في التخصص، بشروط خبرة ومستوى دراسي محددة.
- لنيل شهادة تقني سام (ش.ت.س)، يشترط أن يكون المتقدم حاملاً لشهادة تقني، مع توفر خبرة مهنية ومستوى دراسي محددتين تتفاوت حسب الحالة.

الإطار النظري

من الجدير بالذكر أن خريجي مؤسسات التكوين المهني العمومية الذين يكونون من بين الأوائل الخمسة في الفرع، ولم يخضعوا لأي امتحان استداركي خلال فترة تكوينهم، لهم حق الالتحاق المباشر بشهادات التكوين المهني المختلفة.

أما القبول النهائي للالتحاق بالتكوين عبر المعابر، فيتم بناءً على نتائج الانتقاء المنظم من قبل المؤسسات العمومية التابعة لوزارة التكوين والتعليم المهنيين، وبحسب المناصب المتاحة.

المبحث الثالث: مفاهيم حول التكوين المهني الرقمي

في ظل التحولات المتسارعة التي يشهدها العالم المعاصر نتيجة للتقدم التكنولوجي وثورة المعلومات، بات التكوين المهني الرقمي ضرورة حتمية تفرضها متطلبات السوق الحديثة، وتوجهات التعليم العصري، خصوصاً في ظل ما يعرف بالتحول الرقمي الشامل. لم يعد التكوين المهني حبيس الأقسام التقليدية ولا مقتصرًا على الوسائل الكلاسيكية، بل أصبح يعتمد على تقنيات رقمية متعددة تتيح التعلم عن بعد، والوصول إلى مصادر المعرفة عبر الإنترنت، والتفاعل مع المدربين باستخدام منصات رقمية متقدمة.

ويُقصد بالتكوين المهني الرقمي ذلك النمط من التكوين الذي يعتمد على تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تصميم المحتوى، تقديمه، وإدارته، سواء كان ذلك بشكل كلي أو جزئي. ويتضمن هذا المفهوم مجموعة من الأدوات والمنهجيات، مثل التعلم الإلكتروني (E-learning)، والتعلم المتنقل (M-learning)، والفصول الافتراضية، والأرضيات التكوينية الرقمية، التي تسمح للمكونين باكتساب المهارات المهنية والمعارف التقنية في بيئة رقمية مرنة ومفتوحة.

ويهدف هذا النوع من التكوين إلى تجاوز القيود المكانية والزمنية، وتوفير فرص تعلم أكثر تخصيصًا، تلبي احتياجات المتعلمين وتواكب تطورات سوق العمل. كما يركز على تطوير كفاءات رقمية لدى المتكونين، تعزز من قابليتهم للتشغيل وتساهم في إعدادهم لمهن الغد، التي تعتمد بدرجة كبيرة على الكفايات التكنولوجية والرقمية.

سنتطرق في هذا المبحث إلى أربعة مطالب بحيث المطلب الأول تم فيه تسليط الضوء على مفهوم التكوين عن بعد وفي المطلب الثاني سنتناول أهمية التكوين عن بعد أما المطلب الثالث ففيه نتعرف على أشكال وطرق التكوين عن بعد بالإضافة إلى أبعاده. أما في المطلب الرابع والآخر فسيتم التطرق فيه إلى التعرف على علاقة التكوين المهني بالرقمنة.

المطلب الأول: مفهوم التكوين المهني الرقمي

الإطار النظري

يعتبر التدريب الرقمي أحد أنواع التدريب عن بعد، فهو يوصل نفس المحتوى التدريبي لموضوع ما إلى آلاف الأشخاص في أماكن غير محدودة في نفس الوقت باستخدام جهاز حاسوب موصول بشبكة الإنترنت.

الفرع الأول : مفهوم التكوين الرقمي

التكوين الرقمي بصفة عامة، هو " نهج في التعليم وليس فلسفة تعليمية، أي يستطيع الطلبة أو أن يتعلموا وفقا لما يتيح لهم وقتهم وفي المكان الذي يختارون (في البيت أو في مكان العمل أو في مركز تعليمي) ودون تواصل مباشر مع الأستاذ " ¹. والأكد هنا، أن عنصر التكنولوجيا يلعب دورا مهما في التعليم عن بعد لما يوفره من خدمات.

إذا ركزنا على تعريف التكوين الرقمي من الناحية اللفظية نجد تعدد في التسميات كالتكوين عن بعد FAD ، التكوين المفتوح وعن بعد FOAD ، التكوين بمساعدة الحاسوب FAO التكوين عبر الانترنت FORMATION EN LIGNE والتكوين الافتراضي، وهو ما أدى إلى اختلاف التعاريف والتي سنذكر منها ما يلي :

التعريف الأول: يقصد به تزويد المتكون عن طريق الشبكة بما يحتاجه من معارف في مختلف المواد المنتقاة أو الاختصاص المختار، بغرض رفع المستوى العلمي أو بغرض التأهيل والتدريب، وذلك باستخدام الكتب الإلكترونية، البريد الإلكتروني وغيرها².

التعريف الثاني: هو التكوين الذي يتم عن بعد أي يكون المتكون بعيدا مكانيا وربما زمانيا عن المتكون، ويسد هذا البعد باستخدام تكنولوجيا الاتصال والمعلومات الحديثة كالأنترنت وغيرها .

التعريف الثالث: هو أحد أشكال التكوين عن بعد التي تعتمد على إمكانيات وأدوات شبكة المعلومات والانترنت في دراسة محتوى تكويني محدد، عن طريق التفاعل المستمر مع المكون والمتكون والمحتوى³.

التعريف الرابع : التكوين عن بعد هو تكوين بالمراسلة (مطبوعات، أقراص مضغوطة) أو عبر الأرضية الإلكترونية ويتبع بتجمعات بيداغوجية دورية على مستوى مؤسسات التكوين المهني⁴

تعريف شامل للتكوين الرقمي:

¹ - طوني بيتس، التكنولوجيا والتعلم الإلكتروني والتعليم عن بعد، تر: وليد شحادة، مكتبة العبيكان، ط1، السعودية، 2007، ص30.

² بلحسن نورة ، بايشي وهيبة ، التكوين عن بعد(التدريب الإلكتروني)ودوره في تحسين أداء الأستاذ الجامعي ، مذكرة ماستر ، جامعة احمد دراية ادار ، 2020، ص8

³ المرجع نفسه ، ص9

⁴ وزارة التكوين والتعليم المهنيين. التكوين عن بعد. متاح من خلال: https://mfp.gov.dz/?page_id=1342#

الإطار النظري

إن التسجيل في دورة تكوينية إلكترونية يُعد بمثابة عملية دمج المتكون في بيئة تعلم رقمية تعتمد بشكل أساسي على استخدام الحاسوب وتقنياته المتقدمة، إضافة إلى الاستفادة من الوسائط المتعددة وشبكة الإنترنت كوسيط رئيسي للتفاعل بين المكون والمتكون. وتتم العملية من خلال منصات أو برامج تكوينية رقمية تتيح الوصول إلى مصادر متنوعة، مع إمكانية التواصل الإلكتروني بين الأطراف، إلى جانب إمكانية اللجوء إلى الوسائل التقليدية عند الضرورة. والهدف من هذا النمط التكويني هو تعزيز المعارف والمهارات والسلوكيات لدى المتكونين، بما ينعكس إيجاباً على أدائهم المهني ويساهم في تحقيق الأهداف الفردية والمؤسسية، مع الحفاظ في الوقت نفسه على ارتباط المتكون بمهامه العملية دون الحاجة إلى التفرغ الكامل.

الفرع الثاني : التطور التاريخي للتكوين الرقمي:

رغم أن التعليم عن بعد يُعد من أبرز سمات التعليم العصري، إلا أن جذوره تمتد إلى قرون مضت. فقد بدأت أولى محاولات هذا النمط من التعليم في عام 1729، عندما قام "كاليب فيليبس" (Caleb Phillips) بتقديم دروس أسبوعية في الكتابة المختصرة عبر صحيفة *Boston Gazette*، ما اعتُبر أول تجربة تعليمية تتم دون التواجد في الصف التقليدي.

ومع تطور وسائل الاتصال، دخل الراديو مجال التعليم سنة 1922، حين قدمت جامعة بنسلفانيا (University of Pennsylvania) مجموعة من الدروس الإذاعية الموجهة للمتعلمين في منازلهم. ثم تطورت هذه المبادرة مع بداية استخدام التلفاز كوسيلة تعليمية في عام 1968 من طرف جامعة ستانفورد، والتي قدمت برامج تعليمية موجهة عبر قناة تلفزيونية خاصة.

في العام 1982، شهد التعليم عن بعد تحولاً نوعياً مع إدخال الكمبيوتر، حيث بدأت مؤسسات تعليمية في استخدام الحواسيب لتقديم محتوى تعليمي رقمي يتيح للمتعلّم التفاعل بشكل جديد مع المعرفة.

أما التحول الأكبر فكان في بداية تسعينيات القرن الماضي، وتحديداً عام 1992، بفضل انتشار شبكة الإنترنت، حيث أصبحت المعلومات متاحة بشكل غير مسبوق، وبدأ ظهور منصات التعليم الرقمي.

وفي عام 1999، ظهرت أولى أنظمة إدارة التعلم (LMS) مثل *Blackboard* و *Canvas*¹، والتي سمحت للمؤسسات بتقديم مقررات رقمية للمتعلمين، غير أنها كانت أنظمة مغلقة، لا تتيح الوصول للجميع.

¹ حادة بونوار ، طرق التعليم عن بعد عبر المنصة الإلكترونية E-learning ، الملتقى الوطني: طرائق التدريس في الجامعة بين ضرورات الرقمنة

ومقتضيات تحقيق الجودة ، مداخلة بتاريخ 5 افريل 2021 ، ص 6

الإطار النظري

وفي 2002، أطلق معهد ماساتشوستس للتكنولوجيا (MIT) مبادرة "المقررات المفتوحة"، حيث أتاح أكثر من 2000 مقرر مجاني استفاد منها ما يفوق 65 مليون متعلم من أكثر من 215 دولة، ما شكل نقلة نوعية في إتاحة التعليم المجاني للجميع.

وتواصل التطور مع إطلاق أكاديمية خان (Khan Academy) سنة 2008، التي وفّرت آلاف الدروس المصورة في مجالات مختلفة، واستقطبت أكثر من 41 مليون مستخدم من أنحاء العالم، لترسخ بذلك مكانة التعليم الإلكتروني كخيار استراتيجي عالمي¹.

المطلب الثاني: أهمية التكوين الرقمي:

مع التطور المتسارع لتكنولوجيا المعلومات والاتصال، أصبح من الضروري مواكبة أساليب التكوين الحديثة التي تعتمد على الوسائط الرقمية. وفي هذا السياق، برز التكوين الرقمي كأداة فعالة تهدف إلى تزويد المتعلمين بالمعارف والمهارات في بيئة مرنة وتفاعلية. ويكتسب هذا النمط من التكوين أهمية متزايدة نظرًا لما يوفره من مزايا تتعلق بسهولة الوصول، وتنوع المحتوى، والتكيف مع احتياجات الأفراد والمؤسسات، مما يجعله خيارًا استراتيجيًا في منظومة التعليم والتدريب المعاصرة. إن أهمية التكوين الإلكتروني تكمن في تحقيقه للعديد من المزايا والتمثلة في الآتي:

الفرع الأول : أهمية التكوين الرقمي بالنسبة للمؤسسات

في ظل الثورة الرقمية المتسارعة والتحول التكنولوجية التي يشهدها العالم، بات التكوين الإلكتروني يمثل خيارًا استراتيجيًا وضرورة حتمية لتأهيل الموارد البشرية، ومواكبة متطلبات سوق العمل المعاصر. فبفضل توظيف تقنيات المعلومات والاتصال الحديثة، أصبح بالإمكان تجاوز الحواجز الزمانية والمكانية التي كانت تعيق العملية التكوينية التقليدية، مما أتاح فرصًا أوسع للمتعلمين للوصول إلى المعارف في أي وقت ومن أي مكان. كما يتميز التكوين الإلكتروني بمرونته العالية، وقدرته على التكيف مع الفروقات الفردية، وسرعة مواكبته للتغيرات المعرفية والتقنية، ناهيك عن دوره في خفض التكاليف وتحسين فعالية الأداء داخل المؤسسات. وتكمن أهميته كذلك في كونه يشجع المتكون على التعلم الذاتي، ويعزز استقلاليتته في بناء معارفه، مما يساهم في تطوير كفاءاته المهنية بشكل مستمر. لذا، فإن التكوين الإلكتروني لم يعد مجرد بديل مؤقت، بل أصبح ركيزة أساسية في نظم التعليم والتكوين الحديثة، وأداة محورية في تحقيق التنمية البشرية المستدامة².

¹حادة بونوار ، المرجع السابق، ص 6

² بلحسن نورة ، بايشي وهيبه ، مرجع سابق ، ص 10

الإطار النظري

الفرع الثاني: أهمية التكوين الرقمي بالنسبة للمتكورين

يوفر التكوين الإلكتروني جملة من الفوائد الجوهرية للمتكورين، تجعله خياراً مرناً وفعالاً مقارنة بالأنماط التقليدية. فهو يتيح لهم إمكانية التعلم دون الحاجة إلى التنقل أو السفر، مما يختصر الوقت والجهد والتكاليف المرتبطة بالحضور الفعلي. كما يساهم في تسهيل التواصل التفاعلي بين المتكون والمدرّب، فضلاً عن فتح المجال أمام التفاعل البناء بين المتكونين أنفسهم، سواء من خلال المنتديات أو الجلسات التزامنية. ومن أبرز مزاياه كذلك، القدرة على متابعة التكوين من أي مكان وفي أي وقت، وفقاً لظروف المتكون الخاصة وإيقاعه الذاتي في التعلم، مما يعزز من استقلاليته وكفاءته. كما يسمح هذا النمط من التكوين بتجاوز إشكالية الاكتظاظ التي تعرفها الدورات الحضورية، من خلال استيعاب أعداد كبيرة من المتكونين دون التأثير على جودة التكوين أو فعاليته.¹

المطلب الثالث: أشكال وطرق التكوين الرقمي:

الفرع الأول: أشكال التكوين الرقمي

يُعد التكوين الإلكتروني منظومة متعددة الأوجه، تتخذ أشكالاً متنوعة تتكيف مع طبيعة الحاجات التعليمية والتكوينية للمتعلم، ومع الأهداف المسطرة من طرف الجهات المكوّنة. ومن أبرز الأشكال التي يمكن من خلالها تقديم هذا النمط من التكوين، نجد ثلاثة أنماط رئيسية تُمثل مستويات مختلفة من التفاعل والتنظيم.

أولاً، التكوين الرقمي غير الموجّه (دون وصاية) :

الذي يتم بالكامل عبر الإنترنت دون وجود إطار إشرافي مباشر. يُشبه هذا الشكل المحتوى التدريبي المقدم عبر أقراص مضغوطة أو تسجيلات فيديو، حيث يُترك المتكون ليكتسب المعارف بمفرده، وفقاً لإيقاعه الشخصي ودون تدخل مباشر من مدرّب أو هيئة إشرافية. وغالباً ما يُعتمد هذا النمط كخيار مكمل أو بديل للتكوين التقليدي، ويُوفر قدراً من الحرية في التعلم الذاتي، لكنه قد يفنر إلى التفاعل والتغذية الراجعة الفورية.²

ثانياً، التكوين الرقمي الموجّه (بالوصاية عبر الإنترنت فقط) :

وهو شكل أكثر تنظيمًا وشيوعاً في أوساط التكوين الحديثة، ويُوجه عادة إلى جمهور واسع من المتعلمين. يتميز هذا النموذج بوجود طاقم إشرافي يعمل على توجيه المتعلمين، مراقبة تقدمهم، تقديم الدعم الأكاديمي، وتنظيم النقاشات والأنشطة التفاعلية، مما يُثري التجربة التكوينية ويُعزز من فعالية التحصيل العلمي.

¹ بلحسن نورة ، بايشي وهيبه ، مرجع سابق، ص 11

² المرجع نفسه ، ص 11

الإطار النظري

ثالثاً، النمط الهجين أو المدمج (التكوين الحضوري مع الوساطة عبر الإنترنت)، والذي يجمع بين مزايا التكوين الإلكتروني والتكوين الحضوري في آن واحد. ويُعتبر هذا النموذج الأكثر شمولاً وتطوراً، حيث يُستخدم بكثرة في الجامعات، المدارس العليا، والمعاهد التكوينية. يشمل هذا النمط تقديم المحاضرات والاختبارات إلكترونياً، تنظيم لقاءات حضورية دورية عند الحاجة، توفير الإشراف التربوي والتقييم عبر المنصات الرقمية، فضلاً عن إتاحة الفرصة للتعلم في المواضيع المطروحة وطرح الأسئلة بشكل مرّن. ويُمكن من خلال هذا النموذج تخصيص المحتوى التكويني بما يتناسب مع حاجات المتعلمين، وتقليص زمن التكوين الحضوري دون التأثير على جودة المحتوى أو فعاليته.

وبالتالي، فإن هذه الأشكال الثلاثة للتكوين الإلكتروني لا تعكس فقط التنوع في آليات تقديم المعرفة، وإنما تُمثل استجابة مرنة لمتطلبات المتعلم والمؤسسة في ظل التغيرات التكنولوجية والاحتياجات المتجددة لعصر المعرفة.¹

الفرع الثاني: طرق التكوين الرقمي:

تتنوع طرق التكوين الإلكتروني بحسب طبيعة التفاعل الزمني بين المتكون والمكون، وتنقسم أساساً إلى طريقتين رئيسيتين هما:

أولاً، الطريقة المتزامنة (Sychrone) :

والتي تتيح للمتكون حضور جلسات تكوينية مباشرة في الوقت الحقيقي باستخدام أدوات الاتصال الحديثة مثل المنصات التعليمية المباشرة أو الندوات المصورة عن بعد (Video Conference) ، حيث يتم التفاعل بين المكونين والمتكونين بشكل آني، كما توفر هذه الطريقة إمكانية استخدام الدردشة الفورية، والمشاركة في المحاضرات والتدخلات الصوتية والمرئية، مما يخلق بيئة قريبة من التكوين الحضوري التقليدي، مع الاستفادة من المرونة التي تتيحها التكنولوجيا الحديثة²

ثانياً، الطريقة غير المتزامنة (Asynchrone) :

وتتمثل في إتاحة المحتوى التعليمي للمتعلمين بشكل مستقل عن الزمن، حيث يمكنهم الولوج إلى الدروس، الفيديوهات، التمارين، الوثائق، وحتى التقييمات، في الوقت الذي يناسبهم. ويعتمد هذا النمط على أدوات متعددة مثل المنتديات التعليمية، المنصات الرقمية، الرسائل الإلكترونية، واختبارات الاختيار المتعدد QCM ،

¹ بلحسن نورة ، بايشي وهيبة ، مرجع سابق ، ص 12

² عبد الحميد، السيد .التعلم الإلكتروني والتعليم عن بعد: الأسس النظرية والتطبيقات . القاهرة: دار الفكر العربي، 2014، ص. 97.

الإطار النظري

مما يمنح المتكون حرية تنظيم وقته ومسار تعلمه وفقاً لاحتياجاته وقدراته الذاتية¹. ويمثل الجمع بين هذين النمطين ما يُعرف بالـ**"التكوين المدمج"***، والذي بات الخيار الأفضل في العديد من المؤسسات الجامعية ومراكز التدريب، حيث يجمع بين مزايا التفاعل الآني ومرونة التعلم الذاتي.

¹ العوفي، عبد الله بن عبد العزيز. التعلم الإلكتروني: المفهوم والتطبيقات. الرياض: مكتبة العبيكان، 2010، ص. 122

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي و البحث العلمي

جامعة محمد خيضر بسكرة

عنوان المشروع:

منصة PR-EXPERT للتكوين الهنيء الرقمي في مجال العلاقات العامة

مشروع لنيل شهادة مؤسسة ناشئة في اطار القوار الوزري 1275

صورة العلامة التجارية



الاسم التجاري

PR-EXPERT

منصة PR-EXPERT للتكوين المهني الرقمي في العلاقات العامة

بطاقة معلومات حول فريق الاشراف وفريق العمل

1- فريق الاشراف:

فريق الاشراف	
المشرف الرئيسي (01): صونيا قوراري	التخصص: اتصال وعلاقات عامة

1- فريق العمل:

فريق المشروع	التخصص	الكلية
الطالب: بركات عبد الناصر	اتصال وعلاقات عامة	العلوم الإنسانية
الطالب: بريش ابراهيم	اتصال وعلاقات عامة	العلوم الإنسانية

منصة PR-EXPERT للتكوين المهني الرقمي في العلاقات العامة

قائمة المحتويات

الصفحة	المحور
45	المحور الأول: تقديم المشروع
56	المحور الثاني: الجوانب الابتكارية
58	المحور الثالث: التحليل الاستراتيجي للسوق
91	المحور الرابع: خطة الانتاج والتنظيم
100	المحور الخامس: الخطة المالية
113	المحور السادس: النموذج الأولي التجريبي

المحور الأول: تقديم المشروع

- فكرة مشروع منصة PR-Expert:

رغم التطور الذي يشهده مجال العلاقات العامة عالمياً، والذي أصبح يُعدّ أحد أبرز المهن الاستراتيجية في المؤسسات الحديثة، وعلى الرغم من هذا التحول العالمي والطلب المحلي الواضح لا تزال منظومة التكوين المهني في الجزائر تقتصر إلى هذا التخصص بشكل واضح إذ لا تتضمن برامج التكوين المعتمدة مسارات تدريبية مهيكلة ومتكاملة خاصة بالعلاقات العامة، سواء من جانبها التقليدي أو الرقمي، مما يشكل خللاً بنيوياً في الاستجابة لاحتياجات السوق المحلي والدولي.

تشير التقارير إلى أن أغلب مؤسسات التكوين المهني تركز على التخصصات التقنية أو الحرفية، مثل الكهرباء، الميكانيك، الإعلام الآلي، والخدمات، بينما تغيب التخصصات الاتصالية والتسييرية الحديثة، وفي مقدمتها العلاقات العامة عن خارطة التكوين (حسب مدونة الشعب المهنية و تخصصات التكوين المهني طبعة 2019 وزارة التكوين و التعليم المهنيين)، يُترجم هذا النقص في التكوين التقليدي إلى ضعف في إعداد وتأهيل الكفاءات المتخصصة في العلاقات العامة.

و اشارت بعض الدراسات تزايد أهمية العلاقات العامة الرقمية داخل المؤسسات الجزائرية، خصوصاً لدى الشركات الناشئة، والمؤسسات الحكومية، والقطاعات الاقتصادية المختلفة. إذ أصبحت هذه الجهات بحاجة ماسة إلى متخصصين قادرين على إدارة صورتها المؤسسية، وبناء علاقات فعّالة مع الجمهور، والتعامل مع تحديات الاتصال الرقمي المتسارعة. غير أن أرباب العمل يواجهون صعوبات حقيقية في العثور على كفاءات مؤهلة في هذا المجال، هذا المشكل يعكس بوضوح وجود فجوة كبيرة بين ما يتيح النظام الرسمي التقليدي للتكوين المهني وما يطلبه سوق العمل المتغير.

في المقابل، تُظهر المؤشرات الميدانية وجود رغبة متزايدة لدى فئة واسعة من الشباب الجزائري في اكتساب مهارات حديثة في مجال العلاقات العامة، لا سيما تلك المرتبطة بالبيئة الرقمية. ويتضح ذلك جلياً من خلال الإقبال المتزايد على الدورات الحرة وغير الرسمية، التي تُقدم عبر الإنترنت أو من خلال منظمات غير حكومية لكنها تمثل حاجزاً مالياً كبيراً، حيث أن التكاليف النموذجية لهذه البرامج، خاصة تلك المقدمة من مزودين دوليين أو ذات المحتوى المتخصص، باهظة للغاية بالنسبة للفرد الجزائري العادي، وغالباً ما تتجاوز عدة أضعاف الحد الأدنى الوطني للأجور.

واستجابةً لهذه الحاجة، وتماشياً مع توجهات الإصلاح التي جاء بها القرار الوزاري رقم 1275 المتعلق بالمؤسسات الناشئة المبتكرة، برزت فكرة مشروع منصة " PR-EXPERT " للتكوين المهني الرقمي في مجال العلاقات العامة. تهدف هذه المنصة إلى تقديم بديل رقمي مرن ومبتكر يسد الفجوة القائمة في منظومة التكوين المهني التقليدية من

منصة PR-EXPERT للتكوين المهني الرقمي في العلاقات العامة

خلال تقديم محتوى تدريبي عالي الجودة يركز على أحدث تقنيات التعليم الإلكتروني ويُصمم بما يتماشى مع المعايير المهنية الحديثة، تسعى المنصة إلى تمكين المتعلمين من اكتساب كفاءات عملية في العلاقات العامة، مدعومة بشهادات رقمية وبأسعار تناسب دخل الفرد الجزائري، و تسعى هذه المبادرة إلى تعزيز جاهزية الموارد البشرية الجزائرية لتلبية متطلبات سوق العمل الاتصالي المعاصر ومواكبة التحولات التكنولوجية المتسارعة.

- الصعوبات التي انطلق منها مشروع منصة PR-Expert:

يواجه تخصص العلاقات العامة عدداً من الصعوبات التي قد تعيق تنفيذه بشكل فعال في الجزائر و من أبرز هذه الصعوبات:

بالنسبة للأفراد:

- غياب تخصص العلاقات العامة في مؤسسات التكوين المهني العمومية والخاصة كمجال مستقل ومعترف به.
 - يُعد عدم حصول بعض الأفراد على شهادة البكالوريا عائقاً يمنعهم من متابعة دراستهم في هذا التخصص، ما يُشكل مشكلة أمام رغبتهم في تطوير مساهمهم التعليمي والمهني.
 - يواجه بعض الأفراد صعوبة في تلقي التعليم في هذا تخصص بسبب بُعد المسافات وغياب مراكز التكوين التي توفر فرص التدريب في هذا المجال.
 - تركيز المراكز التكوينية على المهارات التقنية والحرفية دون دمج المهارات الاتصالية والإعلامية الحديثة.
 - غياب المنصات التعليمية الخاصة بمجال الإتصال و العلاقات العامة.
 - عدم وجود أطر تكوينية رسمية تدمج بين العلاقات العامة والمهارات الرقمية المطلوبة حالياً.
 - نقص الكفاءات المؤطرة والمتخصصة في هذا المجال داخل المنظومة التكوينية الجزائرية.
 - تزايد حاجة الأفراد - خصوصاً الشباب - إلى فرص تعليمية بديلة ومرنة تُمكنهم من ولوج هذا المجال الحيوي.
- #### بالنسبة للمؤسسات:

- يسبب ضعف ممارسات الاتصال والعلاقات العامة في المؤسسات الجزائرية بالعديد من المشكلات التي تؤثر على فعاليتها وسمعتها ومنها:
- تُفتقر العلاقات العامة في كثير من المؤسسات الجزائرية إلى الاعتراف بها كوظيفة مستقلة وذات دور استراتيجي داخل الهيكل التنظيمي.
 - صعوبة بناء صورة إيجابية للمؤسسة والحفاظ عليها، مما يؤثر على ثقة الجمهور والشركاء.

منصة PR-EXPERT للتكوين المهني الرقمي في العلاقات العامة

- عدم القدرة على التعامل الفعال والسريع مع الأزمات الإعلامية أو التشغيلية، مما يؤدي إلى تفاقم المشكلات وزيادة الأضرار.
 - انخفاض ولاء العملاء بسبب نقص التواصل الفعال وعدم الاستجابة لاحتياجاتهم أو شكواهم، يقلل من رضاهم وولائهم.
 - ضعف استراتيجيات الاتصال الداخلية والخارجية يقلل من جاذبية المؤسسة كصاحب عمل، مما يصعب عليها استقطاب الكفاءات.
 - عدم بناء علاقات قوية وشفافة مع الجهات الحكومية والمجتمع المدني، مما قد يعيق سير العمل أو الحصول على الدعم اللازم.
 - انتشار الشائعات والمعلومات المغلوطة التي تضر بسمعة المؤسسة داخليًا وخارجيًا، بسبب غياب اتصال فعال وشفاف.
 - عدم الاستفادة من منصات التواصل الاجتماعي والوسائل الرقمية لإدارة السمعة والتفاعل مع الجمهور بسبب نقص التفاعل الرقمي الفعال ، مما يجعل المؤسسة متأخرة في المشهد الرقمي.
 - فقدان فرص الشراكة والاستثمار :صورة المؤسسة الضعيفة أو غير الواضحة بسبب سوء الاتصال قد تنفر المستثمرين والشركاء المحتملين.
 - ضعف الاتصال الداخلي للمؤسسة يؤدي إلى عدم وضوح الرؤية والأهداف، وبالتالي تأثر المعنويات الداخلية للموظفين ويقلل من شعورهم بالانتماء والتحفيز.
- و كانت هذه بعض الصعوبات تواجه الأفراد الذين يطمحون للتمكن من مهارات الاتصال والعلاقات العامة والشركات التي تعاني من مشكلات التي تؤثر على فعاليتها من كافة الجوانب.
- مما شجعنا على خوض هذه المغامرة، ففكرة انشاء منصة الكترونية في التكوين المهني الرقمي في العلاقات العامة هي فكرة جديدة

- الحلول التي يقدمها مشروع منصة PR-Expert

- إنشاء منصة رقمية متخصصة في العلاقات العامة لأول مرة في الجزائر، توفر مسارات تكوينية واضحة، وموارد تعليمية محدثة ومتنوعة (فيديوهات، نصوص، تمارين، منتديات).

منصة PR-EXPERT للتكوين المهني الرقمي في العلاقات العامة

- اعتماد مبدأ الولوج المفتوح للتكوين، دون اشتراط شهادة البكالوريا، مع تصميم محتوى ليعتد مع مستويات مختلفة، من المبتدئين إلى المتقدمين.

- توفير تخصص رقمي معتمد ومهيكل في العلاقات العامة ضمن محتوى تدريبي إلكتروني متكامل، مع إمكانية الحصول على شهادات رقمية.

- تقديم تكوين متاح في أي وقت ومن أي مكان عبر الإنترنت، مما يتيح للمتعلمين من مختلف الولايات الاستفادة من التكوين دون قيود جغرافية.

- تسعى المنصة لتقديم برامج تعليمية تدمج المهارات الاتصالية الحديثة، مثل كتابة المحتوى، إدارة السمعة، التواصل المؤسسي، والتفاعل عبر الوسائط الرقمية وذلك تحت إشراف أساتذة مختصين و متمكنين في هذا المجال.

- الحفاظ على سرية المعلومات الشخصية الخاصة بالأفراد وتأمين عمليات الدفع عبر الوسائط البريدية
- تساعد المنصة المقبلين على شهادة الماستر و الدكتوراه في تلقي الدراسات و المجالات الالكترونية لإكتساب معلومات أكثر و ذلك بإنضمامهم الى المكتبة الخاصة بالمنصة.

- تسويق وترويج خدمات متنوعة في مجالات متعددة من خلال عقد شراكات مع مؤسسات أخرى.

- توفير مناصب شغل جديدة للمتخرجين الجامعيين في مجال العلاقات العامة.

ومن خلال هذه الحلول المبتكرة، تعمل منصة "PR-EXPERT" على كسر الحواجز التقليدية التي تعيق التكوين في العلاقات العامة، وتوفر بديلاً رقمياً مرناً ومتاحاً للجميع، يساهم في بناء كفاءات اتصالية عالية الجودة تواكب متطلبات سوق العمل الجزائري .

- الخدمات الأساسية للمنصة

1. الدورات المسجلة (فيديوهات) - التعلم الذاتي (Self-Paced Recorded Courses) :

هي برامج تعليمية مُعدة مسبقاً، تتكون من مجموعة من الفيديوهات والمحاضرات والمواد التعليمية، تُقدّم عبر الإنترنت، ويستطيع المتعلم الوصول إليها في أي وقت ومن أي مكان، دون الحاجة للتقيد بجدول زمني ثابت أو حضور مباشر .

- الفئة المستهدفة: الأفراد الذين يبحثون عن مرونة في التعلم، وطلاب الجامعات الذين يرغبون في تعزيز مهاراتهم العملية،

والأفراد الذين لم يحالفهم الحظ في الحصول على شهادة البكالوريا ويرغبون في اكتساب مهارات أساسية.

- القيمة المقدمة: مرونة عالية، إمكانية إعادة مشاهدة المحتوى، تكلفة أقل مقارنة بالدورات المباشرة.

منصة PR-EXPERT للتكوين المهني الرقمي في العلاقات العامة

- شروط الحصول على الشهادة:

✓ إتمام مشاهدة المحتوى: يجب على المشترك إتمام مشاهدة جميع الفيديوهات والمحاضرات المسجلة بنسبة 100% لضمان تغطية شاملة للمادة التعليمية.

✓ اجتياز التقييمات الدورية: يُطلب من المتدربين اجتياز جميع الاختبارات القصيرة (Quizzes) أو التقييمات المضمنة في نهاية كل وحدة أو قسم، بحد أدنى للنجاح 70%، لضمان استيعاب المفاهيم الأساسية.

- القيمة المقدمة من الشهادة:

✓ المرونة والالتزام: تُظهر الشهادة قدرة الفرد على التعلم بمرونة وإدارة وقته بفعالية لإتمام الدورة بالكامل.

✓ إثبات اكتساب المعرفة: تُعد دليلاً على أن المشترك قد استوعب المفاهيم الأساسية والمتقدمة للدورة.

✓ الاعتراف بالشهادة: إذا كانت الدورة معتمدة من جهات معينة مثل الوزارة أو ISO فإن الشهادة تحمل قيمة إضافية في سوق العمل.

II. الدورات التزامنية عن بعد (Synchronous Distance Courses):

هي نوع من التعلم الإلكتروني تُقدّم من خلال الإنترنت بشكل مباشر (Live)، تُعقد في أوقات محددة بحيث يحضر الطلاب والمدرّبون في الوقت نفسه عبر منصات الفيديو مثل Zoom أو Google Meet، ويتم تبادل الأسئلة والملاحظات والنقاشات بشكل مباشر.

- القيمة المقدمة: تفاعل مباشر مع الأساتذة، إمكانية طرح الأسئلة والحصول على إجابات فورية (ورشات)، ملاحظات شخصية، بيئة تعليمية منظمة، بناء شبكة علاقات مع الزملاء.

- الفئة المستهدفة: الأفراد الذين يفضلون التفاعل المباشر، والطلاب الذين يحتاجون إلى توجيه فوري، والمهنيون الذين يسعون لتطوير مهاراتهم من خلال المناقشات الجماعية، تتطلب هذه الدورات تخصيص وقت مباشر من الأساتذة المتخصصين، مما يزيد من تكلفتها التشغيلية.

- شروط الحصول على الشهادة:

✓ نسبة حضور محددة: الالتزام بحضور نسبة معينة من الجلسات المباشرة (مثلاً 80% أو 90%)، مما يؤكد التزام المشترك بالجدول الزمني والتفاعل الحي.

✓ المشاركة الفعالة: تُقيّم المشاركة النشطة في المناقشات الجماعية، غرف النقاش (breakout sessions)، الأنشطة التفاعلية، وطرح الأسئلة، حيث تُعد هذه العناصر جوهرية للتعلم المباشر.

منصة PR-EXPERT للتكوين المهني الرقمي في العلاقات العامة

- ✓ إنجاز المهام والواجبات: إتمام الواجبات أو التمارين العملية التي تُطلب خلال الجلسات المباشرة أو بينها، والتي تُصمم لتطبيق المفاهيم بشكل فوري.
- ✓ اجتياز التقييم النهائي (حسب الدورة): قد يُطلب اجتياز اختبار نهائي أو تقديم مشروع يعكس الفهم العميق والتطبيق العملي للمهارات المكتسبة من خلال التفاعل المباشر.
- القيمة المقدمة من الشهادة:
 - ✓ التفاعل المباشر والخبرة العملية: تُبرز الشهادة أن المشترك قد استفاد من التفاعل المباشر مع المدربين الخبراء والزملاء، مما يعزز الفهم والتطبيق العملي للمهارات.
 - ✓ الالتزام بالجدول الزمني: تُظهر قدرة المشترك على الالتزام بجدول زمني محدد، وهي مهارة قيمة في بيئة العمل.
 - ✓ بناء العلاقات: تُشير إلى أن المشترك قد شارك في بيئة تعليمية جماعية، مما يتيح بناء شبكات مهنية قيمة.
 - ✓ الاعتراف بالجهد: تُكرم الشهادة الجهد المبذول في التعلم الذاتي والانضباط المطلوب لإكمال برنامج تعليمي غير مباشر.
- III. الدورات الخاصة بالشركات (Company Courses -):
 - هي برامج تدريبية موجهة خصيصًا لتلبية احتياجات مؤسسة أو شركة معينة تجمع بين ، وتهدف لتطوير مهارات موظفيها في مجال الإتصال والعلاقات العامة.
 - الفئة المستهدفة: الشركات والمؤسسات التي تسعى إلى تطوير مهارات موظفيها حسب احتياجات الشركة وأهداف العمل.
 - القيمة المقدمة: إعداد برنامج مخصص بالكامل لاحتياجات الشركة حسب اختيار المؤسسة من بين مسارات جاهزة (علاقات إعلامية ، اتصال داخلي ، إدارة السمعة والأزمات...) بهدف تعزيز قدرة الموظفين على تمثيل الشركة بشكل احترافي، وتحسين قنوات التواصل الداخلي والخارجي وضمان اتساق الرسائل، والاستعداد للأزمات، مما ينعكس بشكل مباشر على سمعة المؤسسة وثقة الجمهور بها.
 - يمكن تقديم القيمة المضافة للمؤسسات كمستثمرين محتملين.
 - اعتبارات الاستفادة من الدورات:
 - ✓ عدد الموظفين:

منصة PR-EXPERT للتكوين المهني الرقمي في العلاقات العامة

- أن لا يقل عدد المشاركين عن 5 موظفين في الدورة الواحدة (قابل للتعديل حسب نوع الدورة).
✓ الاشتراك المؤسسي:

توفر المنصة اشتراكًا سنويًا أو توقيع اتفاقية تعاون بشرط التزامات الطرفين وتشمل:

- إمكانية الوصول إلى كافة الكورسات المسجلة.

- عدد معين من البثوث المباشرة الحصرية سنويًا.

- إمكانية الحصول على تخفيضات حسب عدد الموظفين أو مدة الاشتراك.

✓ إصدار شهادات:

- يحصل كل موظف مشارك على شهادة إتمام رسمية.

- الخدمات الأساسية لمنصة PR-Expert:

أ. بالنسبة للأفراد (الطلبة الجامعيين ، الأفراد الذين لم يحالفهم الحظ في الالتحاق بالجامعة)

- تساهم المنصة في معالجة النقص المسجل في برامج التكوين المهني من خلال توفير محتوى متخصص في العلاقات العامة، وهو تخصص نادر أو غير متوفر ضمن المسارات التكوينية التقليدية في الجزائر.

- توفير مقاعد رقمية للطلبة المقيمين بعيدا لمتابعة الدروس في أي وقت ومن أي مكان، متجاوزة بذلك العوائق الجغرافية والزمنية لأن خدماتنا تشمل كافة التراب الوطني..

- تقدم منصة حلول مبتكرة ومرنة لتدريب الأفراد والموظفين في مجال العلاقات العامة من خلال البرامج الرقمية و تحسين جودة نقل المعلومات.

- توفر المنصة فضاءً تعليمياً رقمياً ومهام تطبيقية تساعد المشتركين على لتبادل الخبرات و تطبيق المهارات التي تعلموها لخلق مجتمع تعليمي تفاعلي .

- توفر اسعار اشتراك رمزي يراعي القدرة الشرائية للمشاركين، مع ضمان جودة تكوين احترافية في متناول الجميع."

- تقدم المنصة تكوينًا يجمع بين الأسس النظرية للعلاقات العامة والتطبيقات الرقمية المعاصرة، بما في ذلك إدارة الأزمات، التسويق الرقمي، وتحليل البيانات الاتصالية وغيرها...

- تحقق المنصة للمشارك القدرة على مواكبة التدريب و شرح الاستاذ من خلال تقديم خدمة البث المباشر و السبورة الرقمية و التفاعلية.

منصة PR-EXPERT للتكوين المهني الرقمي في العلاقات العامة

- تركيز المحتوى التكويني على التطبيق العملي عبر تمارين واقعية تحاكي مواقف مهنية، مثل إدارة الأزمات الإعلامية وتنظيم الحملات الاتصالية.
- إمكانية استخراج شهادة رقمية ومطبوعة بسهولة - مع رمز تحقق QR يُستخدم في السير الذاتية أو منصات التوظيف.
- ب. بالنسبة للمؤسسات:

- نركز على تنمية المهارات في العلاقات العامة الرقمية (مثل إدارة السمعة عبر الإنترنت، التسويق بالمحتوى، إدارة الأزمات الرقمية)، وهي ضرورية لنجاح الشركات في العصر الحالي.
- محتوى تدريبي حديث ومواكب لأحدث الاتجاهات في العلاقات العامة والتواصل المؤسسي.
- نتائج قابلة للقياس من خلال تتبع تقدم الموظفين وتحليل بيانات التعلم.
- برامج مرنة قابلة للتخصيص حسب احتياجات كل شركة ومجالها.
- تركيز على اكتساب مهارات عملية تُمكن الموظف من أداء مهامه بكفاءة أكبر.
- تجربة مستخدم مدروسة بواجهات سلسلة ومحتوى تفاعلي يحفز على الاستمرار.
- تقديم حزم من الدورات التدريبية (بث مباشر ومسجلة) بأسعار خاصة للشركات التي تسجل عددًا كبيرًا من الموظفين أو تلتزم ببرامج تدريبية متعددة تشمل اشتراكات جماعية، وخطط سنوية بأسعار تنافسية.
- تقليل أخطاء التواصل المؤسسي من خلال تدريب متخصص وموثوق.
- يتم تأهيل المتدربين بمهارات عملية تمكنهم من تنفيذ مهام العلاقات العامة بفعالية وكفاءة عالية، مما يعكس إيجابًا على أداء المؤسسات.
- تخلق المنصة روابط مع مؤسسات محلية لتوفير فرص تدريب وشغل للمتخرجين.
- فريق العمل الخاص بمنصة PR-Expert:

في هذا الجزء سوف نعرض بطاقة تعريفية حول صاحب المنصة:

الجدول رقم 2: بطاقة تعريفية لصاحب المنصة الأول	
عبد الناصر بركات	الاسم واللقب

منصة PR-EXPERT للتكوين المهني الرقمي في العلاقات العامة

Barkatabdo07@gmail.com	البريد الالكتروني
0673241904	الهاتف
- متحصل على شهادة بكالوريا سنة 2020 شعبة آداب و فلسفة. - متحصل على شهادة ليسانس 2023 شعب علوم الاعلام و الاتصال، تخصص إتصال - متحصل على شهادة لغة إنجليزية مستوى B1 لدى مركز تكثيف اللغات جامعة محمد خيضر شتمة.	المؤهلات الاكاديمية
- التسويق والتسويق الرقمي - اعداد نموذج اعمال BMC - اعداد النماذج الأولية PROTOTYPE ET MVP - الجوانب الابتكارية وادارة المؤسسات الناشئة - محاضرة في الجوانب القانونية لانشاء الشركات - ورشة حول الملكية الفكرية وبراءة الاختراع - تطبيقات المالية والمحاسبة في المؤسسات الناشئة	التكوينات

الجدول رقم 3: يوضح بطاقة تعريفية لصاحب المنصة الثاني	
ابراهيم بريبيش	الاسم والقب
ibrahimberibech@gmail.com	البريد الالكتروني
0696640577	الهاتف

منصة PR-EXPERT للتكوين المهني الرقمي في العلاقات العامة

- متحصل على شهادة بكالوريا سنة 2020 شعبة آداب و فلسفة - متحصل على شهادة ليسانس 2023 شعب علوم الاعلام و الاتصال تخصص إتصال	المؤهلات الاكاديمية
- التسويق والتسويق الرقمي - اعداد نموذج اعمال BMC - اعداد النماذج الأولية PROTOTYPE ET MVP - الجوانب الابتكارية وادارة المؤسسات الناشئة - محاضرة في الجوانب القانونية لانشاء الشركات - ورشة حول الملكية الفكرية وبراءة الاختراع - تطبيقات المالية والمحاسبة في المؤسسات الناشئة	التكوينات

- أهداف مشروع منصة PR-Expert :

- ✓ الاستمرارية و النمو و تحقيق الربح.
- ✓ توفير تخصص مهني رقمي متكامل في العلاقات العامة.
- ✓ تمكين الشباب الجزائري من اكتساب كفاءات اتصالية حديثة.
- ✓ تمكين المؤسسات من تطوير كفاءات موظفيها في مختلف مجالات العلاقات العامة.
- ✓ تقليص الفجوة بين مخرجات التكوين المهني واحتياجات السوق.
- ✓ كسب ولاء و ثقة الزبائن بتقديم خدمة ذو جودة و سعر مناسب.
- ✓ تحقيق الارباح المادية مقابل التكوين والتدريب واقامة شراكات تعاونية مع المؤسسات للاشهار.
- ✓ دعم توجهات الدولة في تشجيع الابتكار والمؤسسات الناشئة 1275، عبر مشروع تكويني يعالج ثغرة بنيوية في خارطة التكوين الوطني.
- ✓ دعم فئة واسعة من الأفراد، خاصة غير الحاصلين على شهادة البكالوريا، بفرص تعليمية رقمية تُمكنهم من ولوج سوق العمل بكفاءات عملية مطلوبة.

منصة PR-EXPERT للتكوين المهني الرقمي في العلاقات العامة

- الجدول الزمني لتحقيق مشروع منصة PR-Expert :

جدول رقم 4 : يوضح الجدول الزمني لتحقيق المشروع								
08	07	06	05	04	03	02	01	الأشهر
						✓	✓	دراسة المشروع في النقاط التالية: تحليل السوق المستهدف، دراسة جدوى، تجهيز الوثائق القانونية.
				✓	✓	✓		تطوير المنصة : تطوير نظام الدورات المسجلة والبث المباشر، إعداد نظام التسجيل والدفع الإلكتروني.
				✓				فتح أبواب التوظيف في المنصة: اطلاق اعلان توظيف اساتذة وسكرتير ومبرمج وصانع محتوى.
			✓	✓				كراء وتجهيز المقر الخاص : اختيار موقع المقر وتجهيز قاعة التصوير، شراء الاثاث والمعدات التقنية.
		✓	✓					إعداد المحتوى التعليمي والدورات: بدء تسجيل الدورات داخل المقر وتجهيز العروض المباشرة.
	✓	✓						التسويق لخدمات المنصة عن طريق حملات التسويق الرقمي

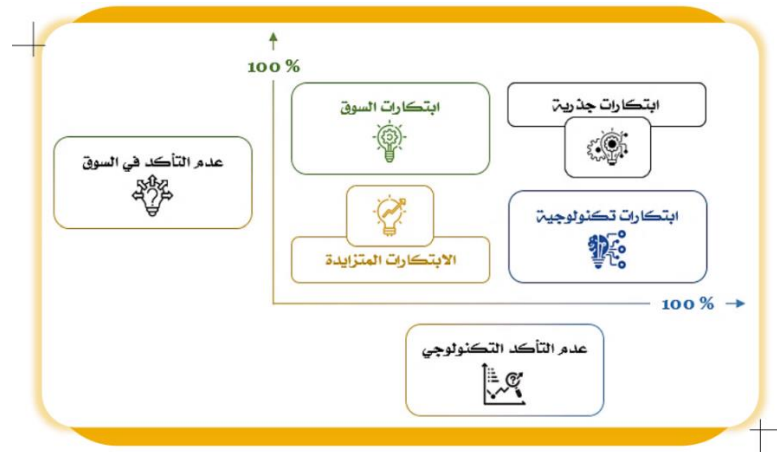
الأعمال

منصة PR-EXPERT للتكوين المهني الرقمي في العلاقات العامة

								في مواقع التواصل الاجتماعي للمنصة
✓	✓							البدا في العمل: فتح المنصة للجمهور، تفعيل نظام الدفع الآمن، تشغيل الدعم الفني 24/7

المحور الثاني: الجوانب الابتكارية

1. طبيعة الابتكارات المتعلقة بمنصة PR-Expert:



يندرج هذا المشروع ضمن ما يُعرف بـ:

ابتكارات السوق (Market Innovation)

باعتباره يقدم حلاً جديداً لسوق قائم يعاني من نقص في العرض، لا سيما في مجال التكوين المهني عن بعد في تخصص العلاقات العامة. لا يعتمد المشروع على تكنولوجيا جديدة في حد ذاتها، وإنما يقوم على توظيف مبتكر لتكنولوجيا موجودة (مثل المنصات الرقمية والتكوين عبر الإنترنت) في سياق غير مخدوم بالشكل الكافي. ويكمن الابتكار الحقيقي في طريقة تقديم الخدمة، وتكييفها مع خصوصيات السوق المحلي، مما يسمح بتوسيع دائرة المستفيدين، وتوفير فرص تكوين مرنة وعصرية تلبي حاجات شريحة واسعة من المهنيين والطلبة على حد سواء.

منصة PR-EXPERT للتكوين المهني الرقمي في العلاقات العامة

2. مجالات الابتكارات المتعلقة بمنصة PR-Expert:

- المنصة تعتمد على نظام رقمي حديث يُحسن من كفاءة التكوين مقارنة بالطريقة التقليدية (حضورياً)، مما يقلل التكاليف ويزيد من الفعالية.
- توفير تكوين مهني عبر الإنترنت في مجال غير متاح حالياً كالعلاقات العامة، يفتح آفاقاً جديدة ويقدم تجربة فريدة لفئة من المتدربين لم تكن مستهدفة من قبل.
- تقديم تكوين مهني متخصص بنمط التعليم عن بعد يعتبر خدمة مبتكرة في سوق التكوين المهني الجزائري.
- ذو سعر منخفض مقارنة بالأسعار المعروضة عالمياً.
- يقدم شهادة رقمية ومطبوعة بسهولة - مع رمز تحقق QR يُستخدم في السير الذاتية أو منصات التوظيف.
- نموذج فريميوم (Freemium)، حيث يتم تقديم جزء من المحتوى الأساسي مجاناً أو من خلال فترة تجريبية محدودة المدة.
- ادماج مواد أو وحدات تعليمية من خبراء أو شركاء خارجيين (أساتذة جامعيين، مهنيين، إلخ)، مما يشكل عرضاً مميزاً.
- المنصة تعتمد نموذج الاشتراك الرقمي أو الدفع مقابل شهادة معتمدة، وهو مختلف عن النماذج التقليدية للتكوين المهني.

- توفر المنصة تقنية التوافق مع كافة الأجهزة Cross-Platform Compatibility

- توفير خاصية تعدد اللغات في المنصة (AR ;FR ;EN)

3. المزايا الجوهرية لمنصة PR-Expert:

المزايا الجوهرية للمنصة :

- الموثوقية والاحتراف: تعزيز الكفاءة المهنية للمشاركين في مجال العلاقات العامة من خلال تدريبهم على آليات بناء الثقة والمصداقية في التواصل مع الجمهور والشركاء والمؤسسات .
- التنوع والشمول: تقديم محتوى تدريبي متنوع يلبي احتياجات مختلف المستويات المهنية، من المبتدئين إلى الخبراء، مع مراعاة الفروق الثقافية واللغوية .
- الواقعية والتفاعلية: تمكين المتدربين من التفاعل مع سيناريوهات واقعية ومهام عملية تحاكي بيئة العمل الحقيقية في العلاقات العامة.

منصة PR-EXPERT للتكوين المهني الرقمي في العلاقات العامة

- تطوير المهارات السلوكية والمهنية: تدريب المشاركين على مهارات التواصل الفعال، إدارة الأزمات، التأثير، الإقناع، وبناء الصورة الذهنية للعلامة التجارية.
- الابتكار والتجديد: تشجيع التفكير الإبداعي واستخدام أحدث أدوات وتقنيات العلاقات العامة الرقمية.
- الجودة والتميز: التركيز على إنتاج محتوى عالي الجودة يتميز بالدقة، الحداثة، والارتباط المباشر بسوق العمل، لضمان تخريج كوادر مؤهلة وقادرة على التميز في المجال

المحور الثالث: التحليل الاستراتيجي للسوق

1. عرض القطاع السوقي:

أ. السوق المحتمل:

- الطلبة الجامعيون وخريجو الجامعات الذين لم يتحصلوا على فرص عمل ويرغبون في تطوير مهاراتهم في العلاقات العامة
- الأفراد الذين لم يحالفهم الحظ في الحصول على شهادة البكالوريا
- الشركات التي ترغب في تكوين موظفيها في مجالات الاتصال والعلاقات العامة.
- الموظفون في المؤسسات العمومية والخاصة الذين يشغلون مناصب إدارية ويرغبون في تطوير مهارات وظيفية.
- النساء الماكثات في البيت أو الأشخاص في المناطق النائية الذين لا يستطيعون الالتحاق بمراكز التكوين الحضرية.
- العاطلون عن العمل الباحثون عن مهارات تكميلية مطلوبة في سوق العمل.
- النساء الماكثات في البيت أو الأشخاص في المناطق النائية الذين لا يستطيعون الالتحاق بمراكز التكوين الحضرية.

ب. السوق المستهدف:

- الافراد: الطلبة الجامعيين المتخصصين في العلاقات العامة وغير المتخصصين، الذين لم يحالفهم الحظ في الحصول على شهادة البكالوريا.
- الشركات والمؤسسات التي ترغب في تكوين موظفيها في مجال الاتصال والعلاقات العامة.

مبررات اختيار السوق المستهدف:

منصة PR-EXPERT للتكوين المهني الرقمي في العلاقات العامة

يمثل اختيار السوق المستهدف في مشروع "PR-Expert" خطوة استراتيجية مبنية على وعي عميق بحاجات المجتمع الجزائري، لا سيما في ظل الفجوة المتزايدة بين التعليم الأكاديمي ومتطلبات سوق العمل. فعدد كبير من الشباب يعاني من غياب مسارات عملية تؤهلهم للاندماج المهني، خاصة أولئك الذين لم يحصلوا على شهادة البكالوريا، لهذا تفتح المنصة "أبوابها" أمام فئة طالما تم تهميشها تعليمياً، رغم امتلاكها لطاقت قابلة للتطوير، ورغبة حقيقية في بناء مستقبل مهني ناجح. ويتميز المشروع بتركيزه على المهارات العملية القابلة للتوظيف، بدلاً من الاعتماد على الشهادات التقليدية وحدها.

أما طلاب الجامعات المتخصصين في الإعلام والاتصال: يمتلك هؤلاء المتعلمون عادة معرفة نظرية ولكنهم قد يسعون إلى اكتساب مهارات متخصصة وعملية لاستكمال شهاداتهم الأكاديمية، أو سد الفجوة بين النظرية والتطبيق في العالم الحقيقي، أو الحصول على شهادات محددة لتعزيز قابليتهم للتوظيف، أما الغير متخصصين باعتبار ان العلاقات مهارة اساسية يحتاجها الجميع لانها تطور الذات مهما كان التخصص.

الشركات والمؤسسات التي ترغب في تدريب موظفيها في مجال الاتصال والعلاقات العامة: تتطلب هذه الشريحة من الشركات (B2B) حلول تدريب مصممة خصيصاً ومرنة وعالية الجودة لتطوير مهارات الموظفين، وضمان رسائل العلامة التجارية المتسقة، والاستعداد للأزمات، والالتزام بالمعايير الصناعية.

إن اختيار هذه الفئات المستهدفة والمحتملة يعكس التزام "PR-EXPERT" بتوسيع فرص التمكين المهني أمام شرائح متنوعة من المجتمع، بغض النظر عن الخلفية التعليمية أو الظروف الاجتماعية. ويسعى المشروع إلى كسر الصورة النمطية التي تحصر النجاح في المسار الأكاديمي، من خلال تقديم تكوين رقمي مرن، عملي، ومتجدد، يواكب حاجات السوق.

"PR-EXPERT" ليس مجرد منصة تعليمية، بل هو مشروع يُعيد الاعتبار للكفاءة، ويفتح آفاقاً جديدة لكل من يمتلك الإرادة للتعلم وبناء مسار مهني ناجح، عبر أدوات حديثة، متاحة، ومصممة لتناسب الجميع.

2. قياس شدة المنافسة:

أ. المنافسين المباشرين :

- لا توجد منصة جزائرية تقدم نفس خدمات منصتنا .
- "PR-EXPERT" هي المنصة الوحيدة في الجزائر التي تقدم تكويناً مهنيًا رقميًا في العلاقات العامة دون اشتراط شهادة البكالوريا، ما يجعلها متاحة لفئات واسعة تبحث عن تأهيل سريع ومرن.

ب. المنافسين غير مباشرين:

- جامعة التكوين المتواصل (UFC)

منصة PR-EXPERT للتكوين المهني الرقمي في العلاقات العامة

نقاط القوة و الضعف:

تُعد من المؤسسات التعليمية ذات الاعتراف الرسمي والخبرة الأكاديمية، ما يمنحها مصداقية عالية في الوسط الجامعي. ومع ذلك، فإن اعتمادها على شهادة البكالوريا كنقطة دخول، إلى جانب نظامها التقليدي، يحدّ من مرونتها ويجعلها أقل قدرة على تلبية احتياجات فئات أوسع. على عكس "PR-EXPERT" التي تعتمد نمطًا تكوينيًا رقميًا عمليًا متاحًا لشريحة أوسع من الجمهور.

• الجامعات الحكومية ومنصة Moodle:

نقاط القوة و الضعف:

تتميز هذه المؤسسات بتوفر بنية تحتية رقمية جيدة، إلا أن محتواها يظل أكاديميًا ونظريًا في معظمه، وموجهًا بالأساس إلى الطلبة النظاميين. هذا يجعلها أقل ملاءمة لاحتياجات التكوين المهني السريع والعملي الذي تشدد عليه منصة "PR-EXPERT"، خاصة في مجال العلاقات العامة.

• منصة LinkedIn Learning الذي يقدم دورات في مجال العلاقات العامة :

نقاط القوة و الضعف:

تتفوق هذه المنصة بجودة محتواها وتنوع الدورات التي تقدمها في العلاقات العامة، ما يجعلها مرجعًا عالميًا في هذا المجال. غير أن كونها منصة أجنبية، ذات تكلفة مرتفعة نسبيًا، ولا تراعي السياق الجزائري من حيث اللغة أو خصوصية البيئة المهنية، يُعد من أبرز نقاط ضعفها. بالمقابل، تتميز "PR-EXPERT" بتركيزها على التكوين المحلي العملي، مما يجعلها أكثر قربًا وملاءمة للفئة المستهدفة في الجزائر.

3. الحصة السوقية :

-حساب الحصة السوقية (Market Share) هو عملية استراتيجية تهدف إلى تحديد النسبة المئوية التي في السوق، وهي تعكس مدى نجاح المشروع أو المنتج مقارنة بالمنافسين .

1. تعريف الحصة السوقية

الحصة السوقية هي النسبة المئوية لإجمالي المبيعات أو الإيرادات أو عدد العملاء الذين يختارون خدمات منصة "PR-EXPERT" مقارنة بإجمالي السوق المستهدف في قطاع التكوين المهني الرقمي في مجال العلاقات العامة. يتم التعبير عنها عادةً كنسبة مئوية ويتم حسابها باستخدام الصيغة التالية:

الحصة السوقية (%) = (عدد المشتركين في المنصة / إجمالي عدد المشتركين في السوق المستهدف) × 100

منصة PR-EXPERT للتكوين المهني الرقمي في العلاقات العامة

نلاحظ أن المنصة تستهدف سوقًا فريدًا حيث لا توجد منافسة مباشرة في التكوين الرقمي المتخصص في العلاقات العامة في الجزائر، مما يعني أن السوق قد يكون صغيرًا في البداية ولكنه قابل للنمو.

4. تحديد حجم السوق:

في إطار دراسة مشروع منصة PR-EXPERT الذي يهدف إلى تقديم خدمات التكوين المهني الرقمي في مجال العلاقات العامة، تم إعداد هذا الاستبيان كأداة بحث ميداني تهدف إلى جمع بيانات نوعية وكمية من الجمهور المستهدف من خلال ثلاث خدمات رئيسية:

-دورات فيديو مسجلة موجهة للأفراد .

-دورات مباشرة عبر الإنترنت.

-وتكوينات مخصصة للمؤسسات.

إعداد الاستبيان:

يهدف هذا الاستبيان إلى تحليل احتياجات السوق، وفهم سلوكيات وتوقعات الفئة المستهدفة من حيث مدى الاهتمام بالتكوين الرقمي، طبيعة المحتوى المرغوب فيه، تفضيلات نمط التعلم، واستعداد الأفراد والمؤسسات للاستثمار في هذا النوع من التكوين وقد تم تحديد الجمهور المستهدف للاستبيان وفقًا للفئات التالية:

الأفراد: طلبة وخريجون، وبالأخص الطلبة المختصين بالإعلام والاتصال والعلاقات العامة، أو الطلبة الغير مختصين الراغبون في تغيير تطوير مسارهم المهني.

المهنيون: موظفون في المؤسسات والشركات، الراغبون في تطوير مهاراتهم الوظيفية.

المؤسسات: شركات أو إدارات تبحث عن برامج تدريبية رقمية لموظفيها.

تم توزيع الاستبيان إلكترونيًا على 90 عينة عبر منصات التواصل الاجتماعي والمجموعات المتخصصة، باستخدام نموذج Google Forms، لضمان الوصول إلى عينة متنوعة وذات صلة بمجال الدراسة.

تشكل نتائج هذا الاستبيان أداة أساسية في تدعيم قرارات تصميم نموذج العمل التجاري للمنصة، وتساهم في التحقق من الفرضيات المتعلقة بالحصة السوقية، أنماط الاستخدام، والتسعير المناسب للدورات .

وكانت نتائج الاستبيان كالتالي:

تحليل نتائج الاستبيان:

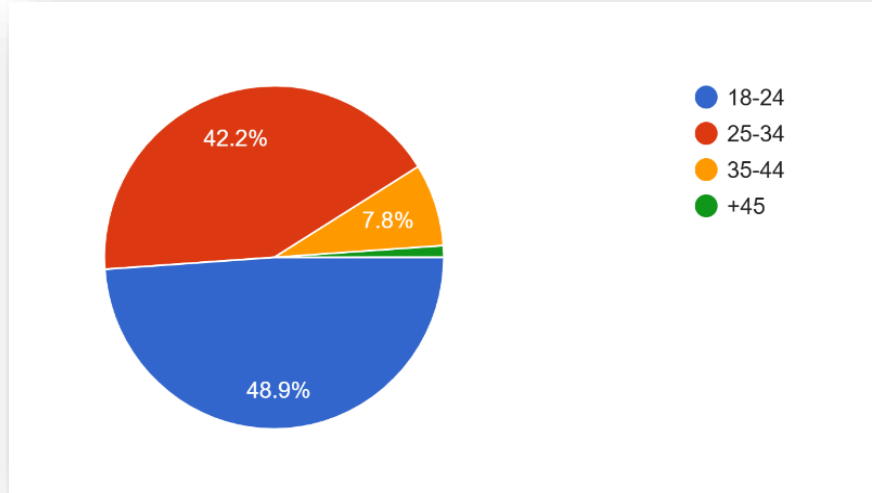
بعد القيام باستقراء البيانات المتعلقة بكل سؤال من أسئلة الاستبيان الموزعة على وجعل الأجوبة في شكل نسب الموضحة، سنقوم بتحليل كل سؤال على حدة:

منصة PR-EXPERT للتكوين المهني الرقمي في العلاقات العامة

المحور الأول: المعلومات العامة:

السؤال الأول: كم عمرك؟

الشكل رقم 1 : تمثيل بياني يمثل عمر العينة



الجدول رقم 5 : يمثل عمر العينة		
العمر (سنة)	التكرار	النسبة المئوية
18-24	44	48.9 %
25-34	38	42.4%
35-44	7	7.8%
اكثر من 45	1	1.1%
المجموع	90	100%

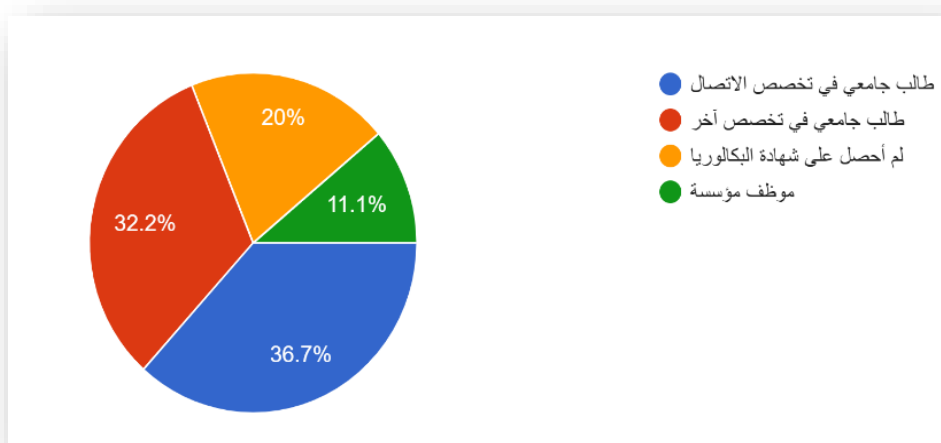
نلاحظ من خلال نتائج الجدول اعلاه ان الفئة العمرية من 18-24 سنة وبنسبة (48.9%) هي الشريحة الأكبر والجمهور المستهدف الأساسي لمشروعنا بحيث يعتبرون شباب في بداية مسيرتهم، ولديهم دافعية عالية للتعلم عن بعد واكتساب المهارات و لهذا سوف نركز على تقديم محتوى تفاعلي وجذاب يلبي احتياجاتهم الوظيفية والأكاديمية. اما الفئة العمرية 25-34 سنة بنسبة (42.4%) تمثل شريحة مهمة جدًا أيضًا، وهم غالبًا محترفون يسعون لتطوير مهاراتهم أو تغيير مسارهم وبالتالي يمكن ان نستهدفهم بمحتوى أكثر تخصصًا وعمقًا في العلاقات العامة، اما الفئة

منصة PR-EXPERT للتكوين المهني الرقمي في العلاقات العامة

العمرية من 35-44 سنة بنسبة (7.8%) تمثل هذه الفئة جمهورًا ثانويًا. قد يهتمون بدورات متخصصة أو لتحديث معرفتهم اما الفئة العمرية اكثر من 45 سنة : (1.1%) هذه الفئة هي الأصغر، ولا تستدعي تركيزًا تسويقيًا كبيرًا في المراحل الأولية للمشروع.

السؤال الثاني: ما هو مستوى تعليمك الحالي أو الأخير

الشكل رقم 2 : تمثيل بياني يمثل المستوى التعليمي الحالي والأخير للعينة



؟

الجدول رقم 6 : المستوى التعليمي الحالي والأخير للعينة		
النسبة المئوية	التكرار	الإحتمال
36.7%	33	طالب جامعي في تخصص الاتصال
32.2%	29	طالب جامعي في تخصص آخر
20%	18	لم احص على شهادة البكالوريا
11.1%	10	موظف مؤسسة
100%	90	المجموع

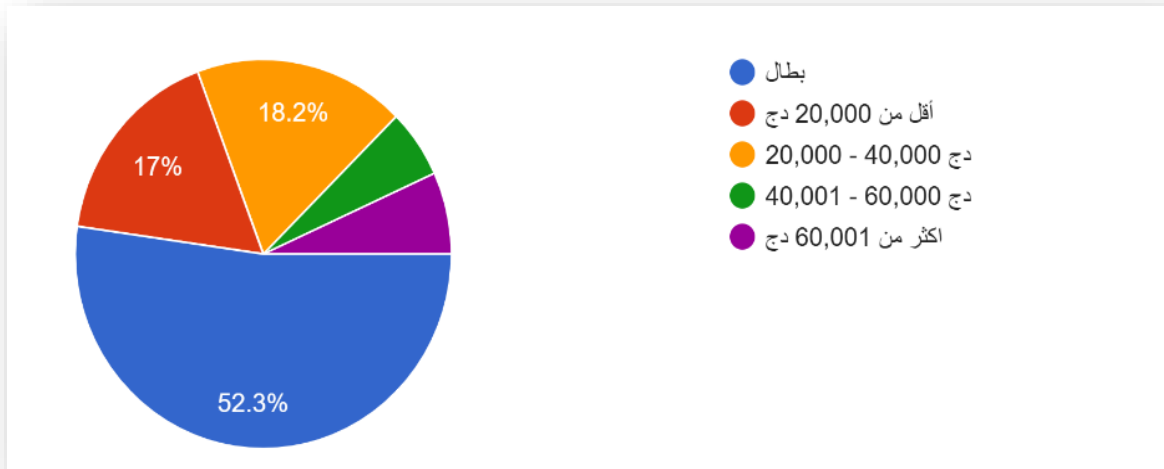
منصة PR-EXPERT للتكوين المهني الرقمي في العلاقات العامة

نلاحظ من خلال الجدول اعلاه ان النسبة الاكبر والأكثر صلة بمشروعنا هم الطلبة الجامعيين في تخصص الاتصال بنسبة 36.7% ولهذا ان وجود نسبة كبيرة من طلاب الاتصال يعني أن هناك اهتماماً مباشراً بمجال العلاقات العامة، هؤلاء الطلاب يبحثون عن تعزيز معرفتهم ومهاراتهم بما يتجاوز المناهج الأكاديمية التقليدية، أو يسعون للتخصص في جوانب معينة من العلاقات العامة ولهذا سأركز على تقديم محتوى يعمق فهمهم لتخصص الاتصال ويقدم لهم مهارات عملية (مثل كتابة البيانات الصحفية، إدارة الحملات، استخدام أدوات العلاقات العامة الرقمية) التي قد لا يجدونها بالقدر الكافي في دراستهم الجامعية. كما سأحرص على بناء شراكات محتملة مع الجامعات أو الأقسام المتخصصة في الاتصال للوصول إليهم بشكل فعال.

بينما نسبة (32.2%) من الطلاب الجامعيين في تخصصات أخرى يمثل شريحة مهمة جداً أيضاً، تبحث عن إضافة مهارات العلاقات العامة لتخصصها أو تغيير مسارها، اما نسبة 20% للأفراد الذين لم يتحصلوا على شهادة البكالوريا توضح وجود حاجة لدورات عملية وأساسية في العلاقات العامة لهؤلاء الأفراد، اما الفئة الأخيرة والتي تمثل 11.1% هم موظفون في المؤسسات قد يهتمون بدورات متقدمة ومتخصصة لتطوير مهاراتهم المهنية الحالية.

السؤال الثالث: ما هو متوسط دخلك الشهري التقريبي

الشكل رقم 3: تمثيل بياني لمتوسط الدخل الشهري للعينة



؟

الجدول رقم 7: متوسط الدخل الشهري للعينة:		
النسبة المئوية	التكرار	الإحتمال
52.3%	46	بطل

منصة PR-EXPERT للتكوين المهني الرقمي في العلاقات العامة

أقل من 20.000 دج	15	17%
20.000 – 40.000 دج	16	18.2%
40.001 – 60.001 دج	5	5.7%
أكثر من 60.001 دج	6	6.8%
المجموع	90	100%

نلاحظ من خلال الجدول اعلاه ان النسبة الاكبر ب 52.3% هم البطالين ، هذه النسبة التي تتجاوز النصف تشير بوضوح إلى أن الفئة الأكبر من العينة هي من العاطلين عن العمل، وهذا يمثل فرصة وتحدياً كبيرين لمشروعنا لأن هؤلاء الأفراد يبحثون عن فرص عمل، وتطوير مهاراتهم في العلاقات العامة يمكن أن يكون بوابة لهم لدخول سوق العمل فممنصتنا يمكن أن تقدم لهم التدريب اللازم الذي يزيد من قابليتهم للتوظيف.

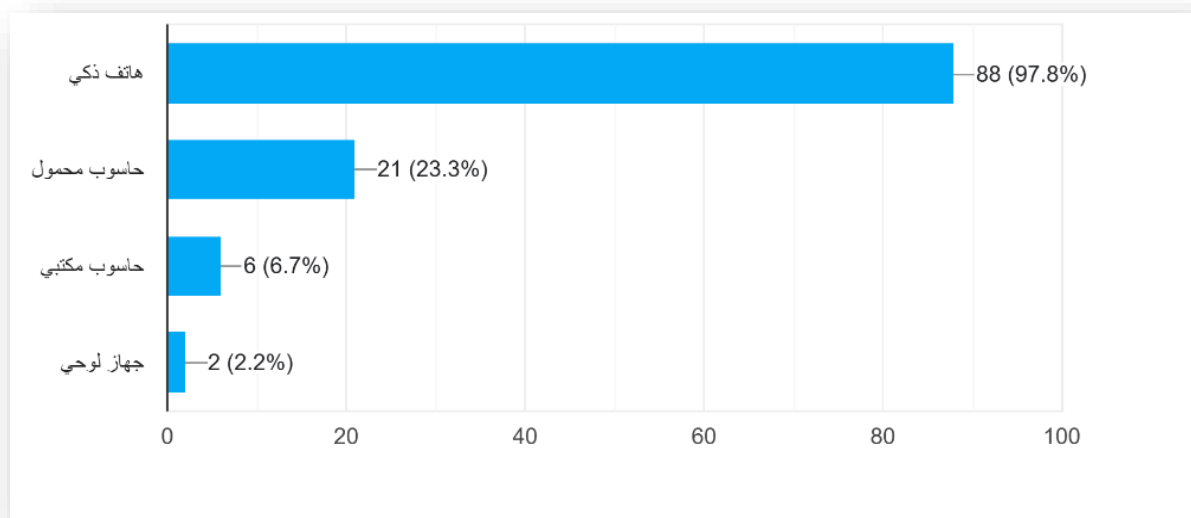
اما نسبة الاجر من 20.000 دج ب 17% و تليه نسبة من 40.000 – 20.000 دج ب 18.2% هذه الفئات ذات الدخل المحدود أو المتوسط تتقاطع مع الفئة البطالة من حيث الحساسية للسعر لانهم على الأرجح هم فئة من الطلاب أو عاملين بدوام جزئي أو وظائف ذات دخل منخفض ويبحثون عن تحسين وضعهم المالي والمهني لهذا سأضع في اعتباري استراتيجيات تسعير مناسبة لهم أيضاً، اما نسبة الأجر من 40.001 – 60.001 دج هي (5.7%) و الأجر الاكثر من 60.001 دج هي (6.8%) هذه الفئات تمثل نسبة صغيرة من العينة وهي على الأرجح من ذوي الدخل المتوسط إلى المرتفع. قد يكونون محترفين يسعون للتطوير المستمر أو لتعزيز مهاراتهم للترقي الوظيفي. يمكننا استهدافهم بدورات أكثر تخصصاً أو متقدمة، وقد يكونون أقل حساسية للسعر مقارنة بالفئات الأخرى.

المحور الثاني: الثقافة الرقمية والوصول

السؤال الأول: ما هي الأجهزة الرقمية التي تستخدمها بانتظام للوصول إلى الإنترنت؟

منصة PR-EXPERT للتكوين المهني الرقمي في العلاقات العامة

الشكل رقم 4 : تمثيل بياني للأجهزة الرقمية التي تستخدمها العينة



الجدول رقم 8 : الأجهزة الرقمية التي تستخدمها العينة

النسبة المئوية	التكرار	الإحتمال
97.8%	88	هاتف ذكي
23.3%	21	حاسوب محمول
6.8%	6	حاسوب مكتبي
2.3%	2	جهاز لوحي
100%	117	المجموع

نلاحظ من خلال

الجدول اعلاه ان الهاتف الذكي هو من اكثر الاجهزة الرقمية شيوعا لدى العينة بنسبة (97.8%) وهذا أمر حيوي جدًا لمشروعنا، لأنه يعني لنا أن تصميم المنصة وتجربة المستخدم يجب أن تكون متوافقة تمامًا مع الهواتف الذكية يجب أن تكون الدورات، الفيديوهات، التمارين، والمواد التعليمية سهلة الوصول والاستخدام على شاشات الهواتف الصغيرة و سأعطي الأولوية القصوى لتطوير تطبيق جوال للمنصة أو على الأقل التأكد من أن الموقع الإلكتروني مستجيب

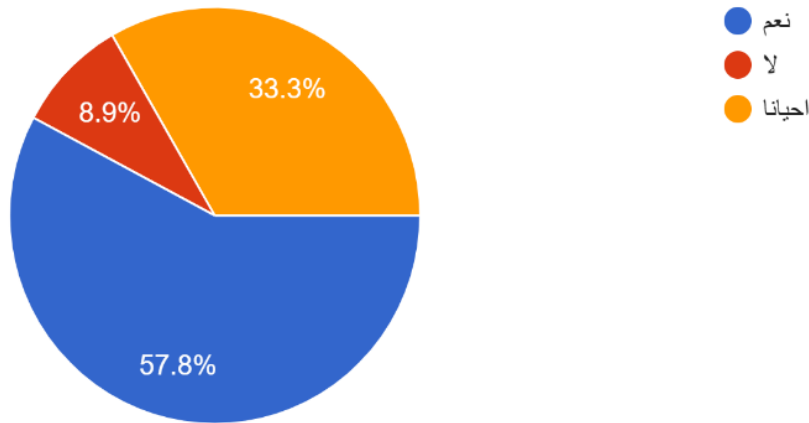
منصة PR-EXPERT للتكوين المهني الرقمي في العلاقات العامة

(responsive) ويعمل بسلاسة على جميع أحجام الهواتف الذكية. يجب أن تكون الواجهة بسيطة، الأزرار واضحة، والفيديوهات ذات جودة مناسبة للبث عبر الجوال.

كما نلاحظ أيضا بأن الحاسوب المحمول بنسبة (23.3%) والحاسوب مكتبي (6.8%): ما يقرب من ربع العينة تستخدم الحواسيب هذا يعني أن المنصة يجب أن توفر أيضًا تجربة جيدة على أجهزة الكمبيوتر المحمولة والمكتبية للطلاب الذين يفضلون التعلم على شاشة أكبر أو يحتاجون إلى القيام بمهام تتطلب لوحة مفاتيح كاملة، أما بالنسبة للجهاز اللوحي فهو بنسبة أقل من 3% هذا يشير إلى أنها ليست جهازًا رئيسيًا للوصول إلى المنصة ولكنها ستتوافق مع خدمات المنصة.

السؤال الثاني: هل لديك اتصال إنترنت جيد في المنزل أو مكان الدراسة/العمل؟

الشكل رقم 5: تمثيل بياني لجودة اتصال الانترنت لدى العينة:



الجدول رقم 9 : جودة اتصال الانترنت لدى العينة		
النسبة المئوية	التكرار	الإحتمال
57.8%	52	نعم
8.9%	8	لا

منصة PR-EXPERT للتكوين المهني الرقمي في العلاقات العامة

33.3%	30	أحياناً
100%	90	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول اعلاه ان جودة اتصال لدى العينة جيد وذلك بنسبة 57.8% هذه النسبة التي تتجاوز النصف إيجابية للغاية وتدل على أن غالبية جمهورنا المستهدف يمتلك اتصال إنترنت بجودة جيدة. هذا أمر بالغ الأهمية لمنصة تعليم عن بعد تعتمد بشكل كبير على الوصول إلى المحتوى عبر الإنترنت والتالي فإن هذا يعني أننا يمكننا الاعتماد على تقديم محتوى عالي الجودة يتضمن الفيديوهات عالية الدقة، البث المباشر، والمواد التفاعلية دون قلق كبير بشأن مشاكل الاتصال لدى غالبية المستخدمين مع التركيز على تحسين تجربة المشاهدة والتفاعل،

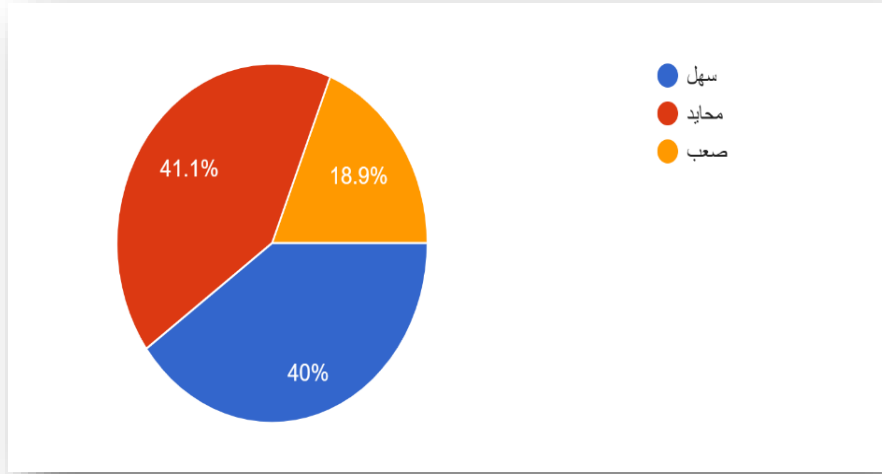
اما النسبة الثانية هي أحياناً (جودة اتصال متقلبة) بنسبة 33.3% ولهذا يجب أن نوفر خيارات للمحتوى قابلة للتنزيل للمشاهدة دون اتصال بالإنترنت (offline viewing)، أو نسخ نصية (transcripts) للفيديوهات، أو خيارات لجودة الفيديو قابلة للتعديل مثل جودة منخفضة لسرعات الإنترنت البطيئة و سأفكر في إضافة ميزات تسمح بحفظ التقدم في الدورة حتى لو انقطع الاتصال مؤقتاً. اما العينة التي تعاني من جودة اتصال سيئة بنسبة 9% لا يمكننا تجاهل هذه الفئة تماماً وذلك بتوفير بدائل أخرى مثل المحتوى النصي الكامل، أو حتى إمكانية طلب نسخ مطبوعة لبعض المواد الأساسية (وإن كان ذلك خارج نطاق المنصة الرقمية المباشرة)، سيكون مفيداً، ولكن التركيز الأساسي للمنصة سيبقى على التجربة الرقمية لغالبية المستخدمين.

المحور الثالث: جاهزية التعلم عبر الإنترنت:

السؤال الأول: ما مدى سهولة أو صعوبة البقاء مركزاً على دراستك عبر الإنترنت؟

الشكل رقم 5: تمثيل بياني لمدى تركيز العينة على الدراسة عبر الانترنت

منصة PR-EXPERT للتكوين المهني الرقمي في العلاقات العامة



الجدول رقم 10 : مدى تركيز العينة على الدراسة عبر الانترنت		
النسبة المئوية	التكرار	الإحتمال
40%	36	سهل
41.1%	37	محايد
18.9	17	صعب
100%	90	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول اعلاه ان نسبة العينة المحايدين 41.1% بحيث هذه الفئة تمثل الشريحة الأكبر، وتشير إلى أن جزءًا كبيرًا من جمهورنا المستهدف لديه موقف "محايد" تجاه مدى سهولة أو صعوبة التركيز على الدراسة عبر الإنترنت. هذا يعني أنهم ليسوا متفائلين تمامًا ولا متشائمين تمامًا، ولكنهم قابلون للتأثر بتجربة المنصة، هذه الفئة هي مفتاح نجاحنا. يجب أن نعمل على تحويل هذه النسبة المحايدة إلى نسبة إيجابية ("سهل") من خلال تصميم منصة تعليمية استثنائية. سنركز على :

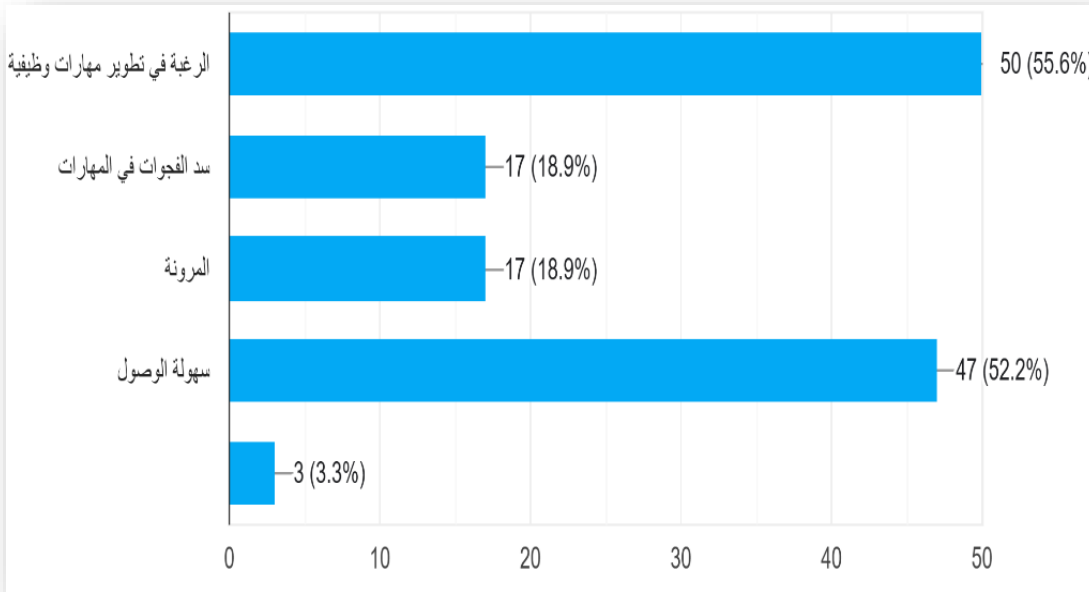
تصميم واجهة مستخدم بديهية وجذابة لجعل تجربة التعلم ممتعة وغير مرهقة مع تقديم محتوى تفاعلي وجذاب باستخدام الفيديوهات القصيرة، الأنشطة، الاختبارات، والأمثلة العملية لتجنب الملل وتحفيز التركيز وتوفير أدوات مساعدة للتركيز مثل تقسيم الدروس إلى وحدات صغيرة، وتحديد أهداف تعليمية واضحة لكل وحدة، وميزات للتذكير والتقدم، مع دعم فني وتوجيهي لمساعدة المتعلمين على التغلب على أي صعوبات تقنية أو تحديات في التركيز.

منصة PR-EXPERT للتكوين المهني الرقمي في العلاقات العامة

وأما نسبة 40% من المشاركين يرون أن التركيز في الدراسة عبر الإنترنت سهل، وهي نسبة إيجابية تُظهر دعمًا محتملاً للمنصة. بالمقابل، 18.9% يجدون صعوبة في التركيز، ما يستدعي تقديم حلول مثل دروس قصيرة، نصائح للتركيز، ومرشدين للمساعدة.

السؤال الثاني: ما هي أهم العوامل التي تحفزك على التعلم عبر الإنترنت؟

الشكل رقم 6: تمثيل بياني للعوامل التي تحفز العينة على الدراسة عبر



الجدول رقم 11 : العوامل التي تحفز العينة على الدراسة عبر الانترنت

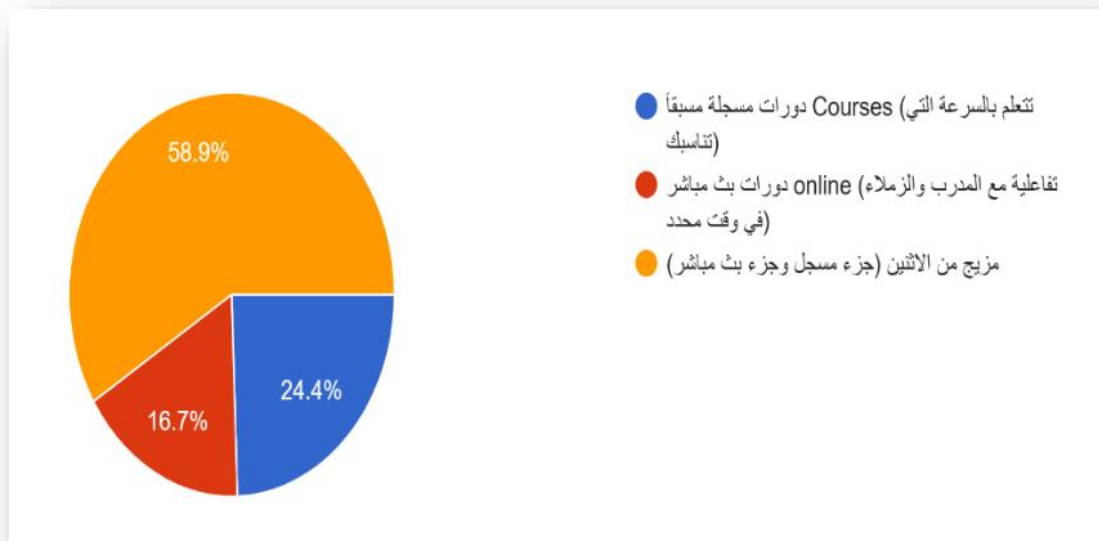
النسبة المئوية	التكرار	الإحتمال
55.6%	50	الرغبة في تطوير مهارات وظيفية
18.9%	17	سد الفجوات في المهارات
18.9%	17	المرونة
52.2%	47	سهولة الوصول
3.3%	3	اخرى
100%	90	المجموع

منصة PR-EXPERT للتكوين المهني الرقمي في العلاقات العامة

نلاحظ من خلال الجدول اعلاه أن الدافع الأكبر للعينة هو تطوير المهارات الوظيفية بنسبة 55.6% لتحسين فرص العمل، ولهذا ستركز في مشروعنا على تسليط الضوء المكثف على الفوائد المهنية المباشرة للدورات بحيث كل محتوى وتسويق سيبرز كيف تسهم الدورات في صقل مهارات وظيفية محددة ومطلوبة في سوق العمل ما يشير بوضوح إلى أن العينة تسعى لتحسين فرصها في سوق العمل من خلال صقل مهارات عملية في مجال العلاقات العامة ولهذا يجب أن نركز على استراتيجية المحتوى والتسويق على الفوائد المهنية ، باستخدام لغة تركز على "التوظيف" و"التقدم الوظيفي". وتليها عمل سهولة الوصول والمرونة بنسبة اقل 52.2% التي تعتبر عامل جذب رئيسي لأن الجمهور يقدّر إمكانية التعلم من أي مكان وفي أي وقت ولهذا وجب التأكيد على توفر المنصة عبر الأجهزة المختلفة، والمرونة الزمنية في المحتوى. وتليها سد الفجوات المهارية بنسبة (18.9%) يعكس الحاجة إلى دورات مركزة على مهارات محددة تنقص بعض المتعلمين. ولهذا سنوفر برامج قصيرة أو متقدمة موجهة لحل مشكلات عملية واضحة. وتليها المرونة الشخصية في التعلم (18.9%) تعني تفضيل المتعلمين للتعلم وفق وتيرتهم الخاصة اعتماد تصميم تعلم ذاتي بواجهات سهلة، وإمكانية التوقف والمتابعة دون قيود زمنية ، اما عوامل أخرى (3.3%) هي دوافع فردية متنوعة سنأخذها بعين الاعتبار.

السؤال الثالث: ماهي طبيعة الدورات التدريبية التي تفضلونها؟

الشكل رقم 7 : تمثيل بياني طبيعة الدورات التي تفضلها العينة



منصة PR-EXPERT للتكوين المهني الرقمي في العلاقات العامة

الجدول رقم 12 : طبيعة الدورات التي تفضلها العينة		
النسبة المئوية	التكرار	الإحتمال
24.4%	22	COURSES
16.7%	15	ONLINE
58.9%	53	الإثنين
100%	90	المجموع

حسب الجدول الموضح أعلاه، تبين أن غالبية المشاركين في الاستبيان بنسبة 58.9% يفضلون الجمع بين الدورات الحضورية (Courses) والدورات عبر الإنترنت (Online)، ما يعكس توجّهاً نحو نمط تعلّم مرّن يجمع بين التفاعل المباشر وراحة التعلم عن بُعد. في حين فضّل 24.4% الدورات الحضورية فقط، وعبر 16.7% عن تفضيلهم للدورات الرقمية بشكل كامل.

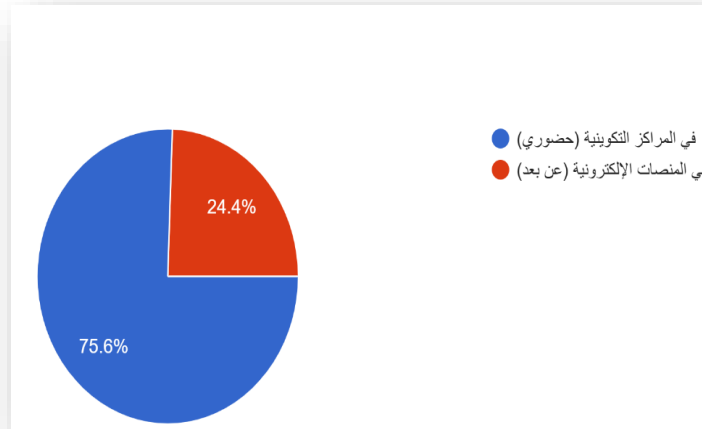
ويشير هذا التوزيع إلى أن المتعلمين في مجال العلاقات العامة يبحثون عن تجارب تدريبية متكاملة، تمكّنهم من التفاعل الحي واكتساب المهارات العملية من جهة، مع الاستفادة من المرونة التي توفرها التكنولوجيا من جهة أخرى. وبناءً على ذلك، فإن منصة "PR-Expert" مدعوة لتوفير خيارات متنوعة تشمل الدورات المسجلة، التدريب المباشر عبر الإنترنت، من أجل تلبية مختلف أنماط التعلم وتحقيق تجربة تدريبية أكثر شمولاً وفعالية.

المحور الثالث: احتياجات التكوين في العلاقات العامة

السؤال الأول: أين تفضلون الدراسة؟

الشكل رقم 8 : تمثيل بياني يوضح تفضيلات الدراسة لدى العينة

منصة PR-EXPERT للتكوين المهني الرقمي في العلاقات العامة



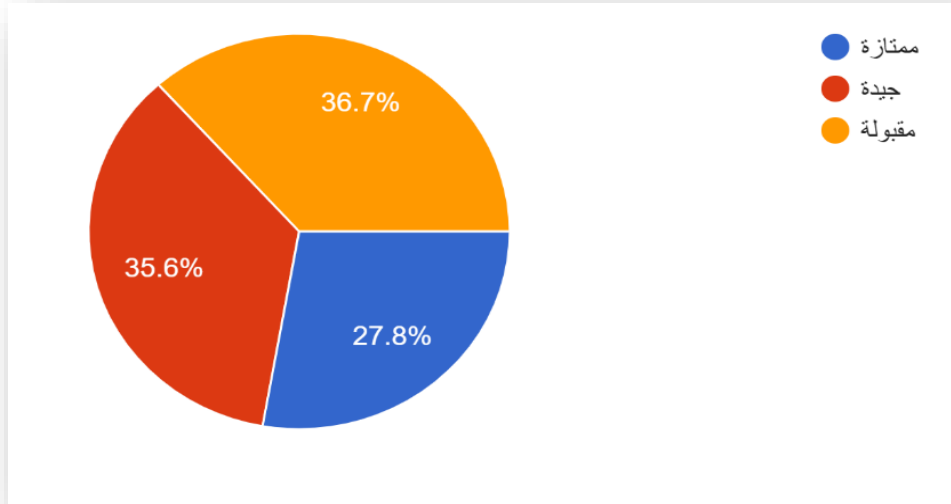
الجدول رقم 13: تفضيلات الدراسة لدى العينة الدراسة		
النسبة المئوية	التكرار	الإحتمال
75.6%	68	في المراكز التكوينية حضوري
24.4%	22	في المنصات الإلكترونية عن بعد
100%	90	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول اعلاه ان نسبة العينة التي تفضل الدراسة في المراكز التكوينية الحضورية هي (75.6%) هذه النسبة الساحقة تشير بوضوح إلى أن الأغلبية تفضل التكوين الحضوري التقليدي وبالتالي يمكننا القول أن المراكز التكوينية التي تقدم دروس وتدريبات حضورية لديهم سمعة جيدة ، هذا يمثل تحديًا كبيرًا لمشروعي الذي يعتمد على التكوين عن بعد. لهذا لا يمكنني تجاهل هذا التفضيل القوي مما يعني أنني سأحتاج إلى التركيز بشكل مكثف على إبراز المزايا الفريدة والجوانب الابتكارية للتعليم عن بعد التي لا تتوفر في التكوين الحضوري وبالتالي يجب أن أعمل على تغيير قناعات هذا الجمهور حول فعالية وجودة التكوين عن بعد، ربما من خلال شهادات نجاح، دورات تجريبية مجانية، وتأکید على جودة المدربين والمحتوى. اما نسبة العينة التي تفضل التكوين في المنصات الإلكترونية (عن بعد) تمثل (24.4%): هذه النسبة، وإن كانت أقل، تمثل شريحة تتقبل وتفضل التكوين عن بعد. سأركز جهودي التسويقية الأولية على هذه الشريحة، التي هي بالفعل مستعدة للاستفادة من منصتي، مع محاولة توسيعها تدريجياً.

منصة PR-EXPERT للتكوين المهني الرقمي في العلاقات العامة

السؤال الثاني: في ظل الإعتماد على التكوين الحضوري لمجال العلاقات العامة في الجامعة فقط، كيف ترون فكرة إنشاء منصة للتكوين عن بعد في العلاقات العامة؟

الشكل رقم 9 : تمثيل بياني يوضح نسبة قبول فكرة إنشاء منصة



الجدول 14: مدى قبول فكرة إنشاء منصة للتكوين المهني الرقمي في العلاقات العامة		
النسبة المئوية	التكرار	الإحتمال
27.8%	25	ممتازة
35.6%	32	جيدة
36.7%	33	مقبولة
100%	90	المجموع

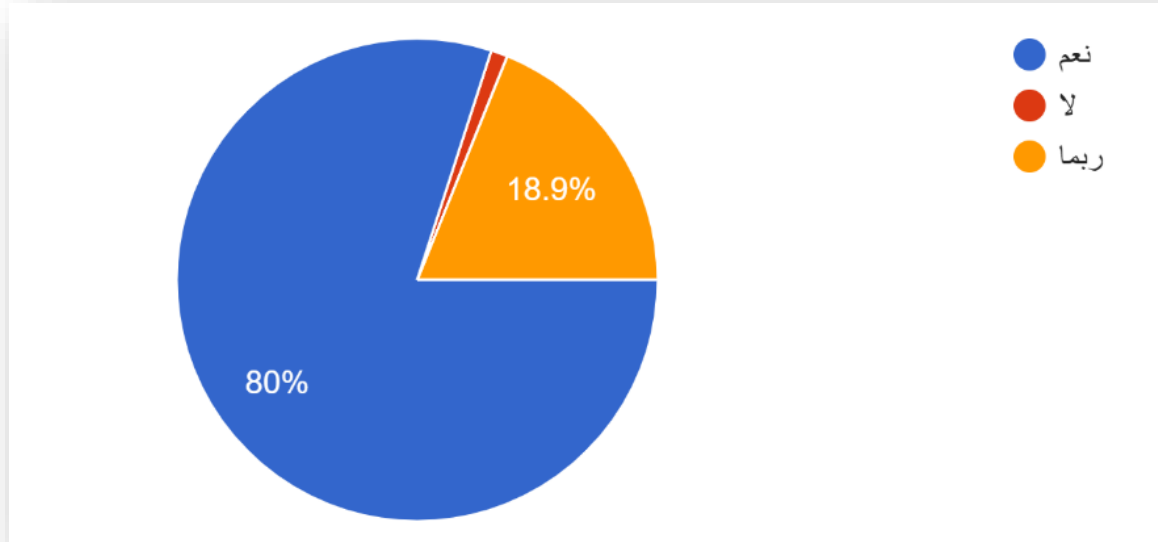
حسب الجدول الموضح أعلاه، يتبين أن فكرة إنشاء منصة للتكوين المهني الرقمي في مجال العلاقات العامة تحظى بقبول إيجابي واضح من طرف العينة المشاركة في الاستبيان بحيث اعتبرها 36.7% فكرة "مقبولة"، بينما رأى 35.6% أنها فكرة "جيدة"، وأبدى 27.8% أنهم يعتبرونها فكرة "ممتازة". هذا التفاوت الطفيف في التقييم يعكس وجود

منصة PR-EXPERT للتكوين المهني الرقمي في العلاقات العامة

اهتمام فعلي بالفكرة، مع حاجة لتعزيز الثقة وإبراز قيمة المنصة وجودة محتواها من أجل رفع مستوى القبول إلى درجات أعلى، وأن المنصة فرصة مثالية للاستفادة من الابتكار التكنولوجي في مجال التكوين والتدريب في مجال العلاقات العامة.

السؤال الرابع: في حالة وجود منصة تقدم محتوى تعليمي حديث ومبتكر في مجال الاتصال و العلاقات العامة. هل انتم مستعدون للتكوين من خلالها؟

الشكل رقم 10 : تمثيل بياني يوضح نسبة توجه العينة للإشتراك في المنصة



الجدول رقم 15: نسبة توجه العينة للإشتراك في المنصة:

الإجابات	التكرار	النسبة المئوية
نعم	72	80%
لا	1	1.1%
ربما	17	18.9%
المجموع	90	100%

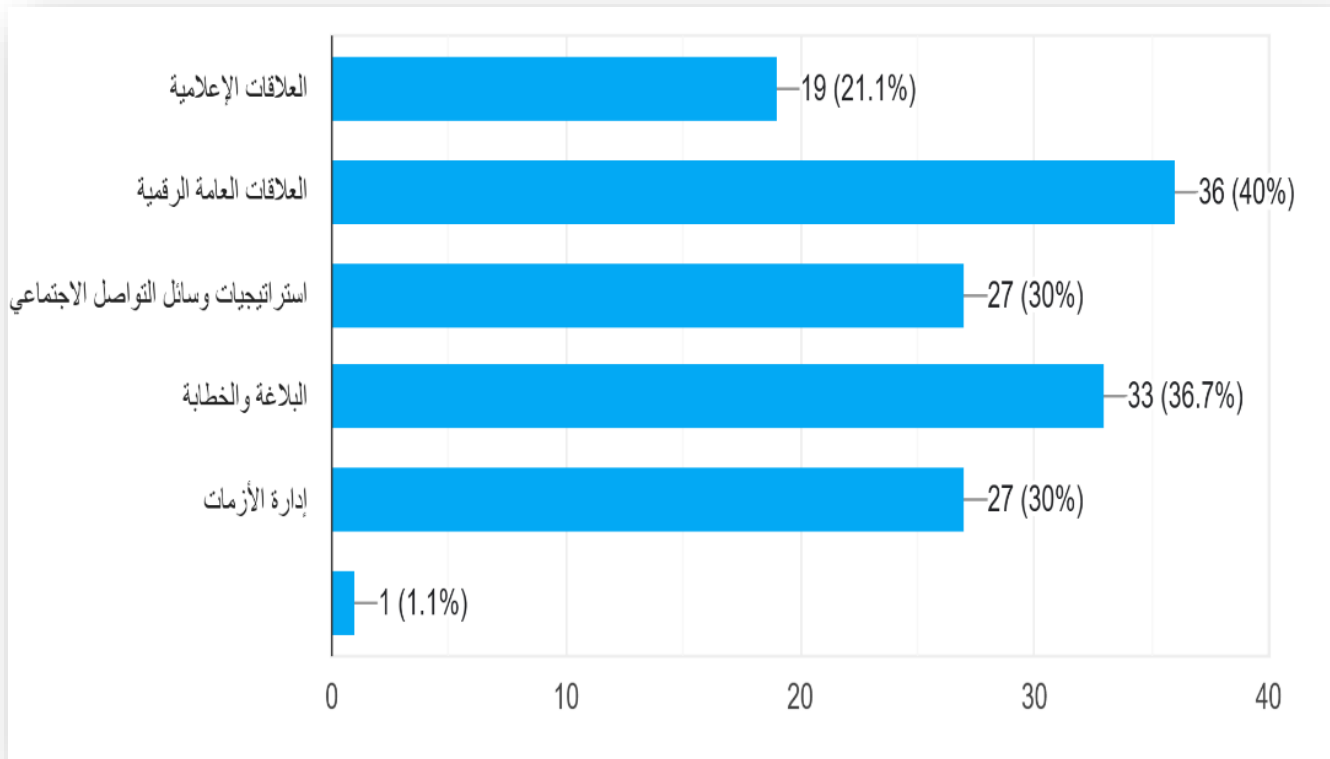
منصة PR-EXPERT للتكوين المهني الرقمي في العلاقات العامة

حسب الجدول الموضح أعلاه، تُظهر النتائج توجُّهاً إيجابياً قوياً نحو الاشتراك في المنصة الرقمية المقترحة، حيث عبّر 80% من المشاركين عن استعدادهم الفعلي للاشتراك، فيما أبدى 18.9% تردداً محتملاً بالإجابة بـ"ربما"، في حين لم تتجاوز نسبة غير المهتمين 1.1%.

وبالتالي تدل النسبة العالية أن الجمهور المستهدف لديه اهتمام بمجال الإتصال والعلاقات العامة ويرغبون في تطوير مهاراتهم وزيادة معرفتهم في هذا المجال، وأيضاً متحمسين للإستفادة من التطورات التكنولوجية في استراتيجية التكوين والتدريب عن بعد، ويرون أن هذا النوع من المشاريع فرصة حقيقية للإشتراك في خدماته ومواكبة متطلبات سوق العمل في هذا المجال المتطور.

السؤال الخامس: ما هي مجالات العلاقات العامة التي ترغب في تطوير مهاراتك فيها بشكل خاص؟

الشكل رقم 11 : تمثيل بياني يوضح نسبة المجالات ترغب العينة في تطويرها



منصة PR-EXPERT للتكوين المهني الرقمي في العلاقات العامة

الجدول رقم : مجالات العلاقات العامة التي ترغب العينة في تطويرها:		
الإجابات	التكرار	النسبة المئوية
العلاقات الإعلامية	19	21.1%
العلاقات العامة الرقمية	36	40%
استراتيجيات و ت إ	27	30%
البلاغة والخطابة	33	36.7%
إدارة الأزمات	27	30%
اخرى	1	1.1%
المجموع	90	100%

حسب الجدول الموضح أعلاه، أظهرت نتائج العينة تنوعاً في اهتمامات المتعلمين بمجالات العلاقات العامة التي يرغبون في تطويرها، حيث تصدرت العلاقات العامة الرقمية القائمة بنسبة 40%، ما يعكس تزايد الوعي بأهمية التفاعل الرقمي في بيئة الاتصال الحديثة. كما أبدى 36.7% اهتماماً بتطوير مهارات البلاغة والخطابة، وهو مؤشر على رغبة واضحة في تعزيز القدرات التواصلية الفعالة، خاصة في السياقات الرسمية أو الإعلامية. في المقابل، عبّر 30% من المشاركين عن رغبتهم في التكوين في مجالي إدارة الأزمات واستراتيجيات التواصل والإقناع، وهما مجالان حيويان في بيئات العمل والمؤسسات. أما العلاقات الإعلامية فقد حظيت باهتمام 21.1% من العينة، في حين لم تتجاوز نسبة الاهتمام بمجالات أخرى 1.1%

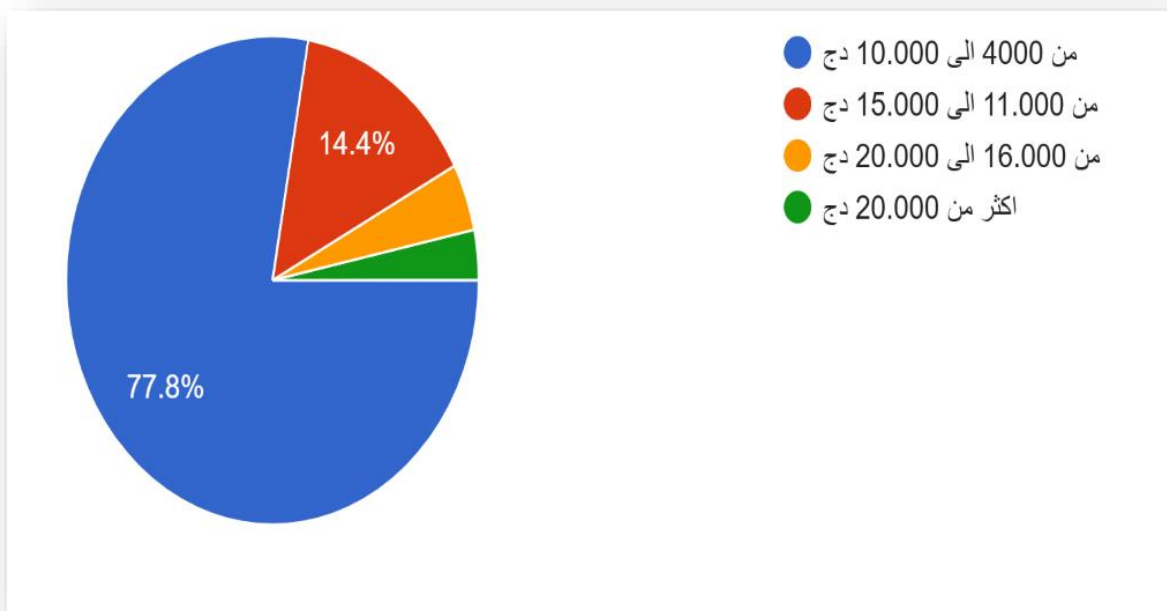
تؤكد هذه النتائج أهمية أن تطرح المنصة برامج تدريبية متنوعة تغطي هذه المحاور، مع التركيز بشكل خاص على المهارات الرقمية والتواصلية، لتلبية احتياجات المتعلمين ومواكبة التغيرات المستمرة في مجال العلاقات العامة.

المحور الرابع: الإستعداد للدفع

السؤال الأول: ما هو أعلى سعر تكون مستعداً لدفعه مقابل دورة مسجلة مدفوعة courses في العلاقات العامة؟

منصة PR-EXPERT للتكوين المهني الرقمي في العلاقات العامة

الشكل رقم 12 : تمثيل بياني يوضح نسبة اعلی سعر تستطيع العينة ان تدفعه مقابل دورة مسجلة courses



؟

الجدول رقم 16 : اعلی سعر تستطيع العينة ان تدفعه مقابل دورة مسجلة courses		
النسبة المئوية	التكرار	الإجابات
77.8%	70	4000-10.000
14.4	13	11.000-15.000
4.4%	4	16.000-20.000
3.3%	3	+20.000
100%	90	المجموع

منصة PR-EXPERT للتكوين المهني الرقمي في العلاقات العامة

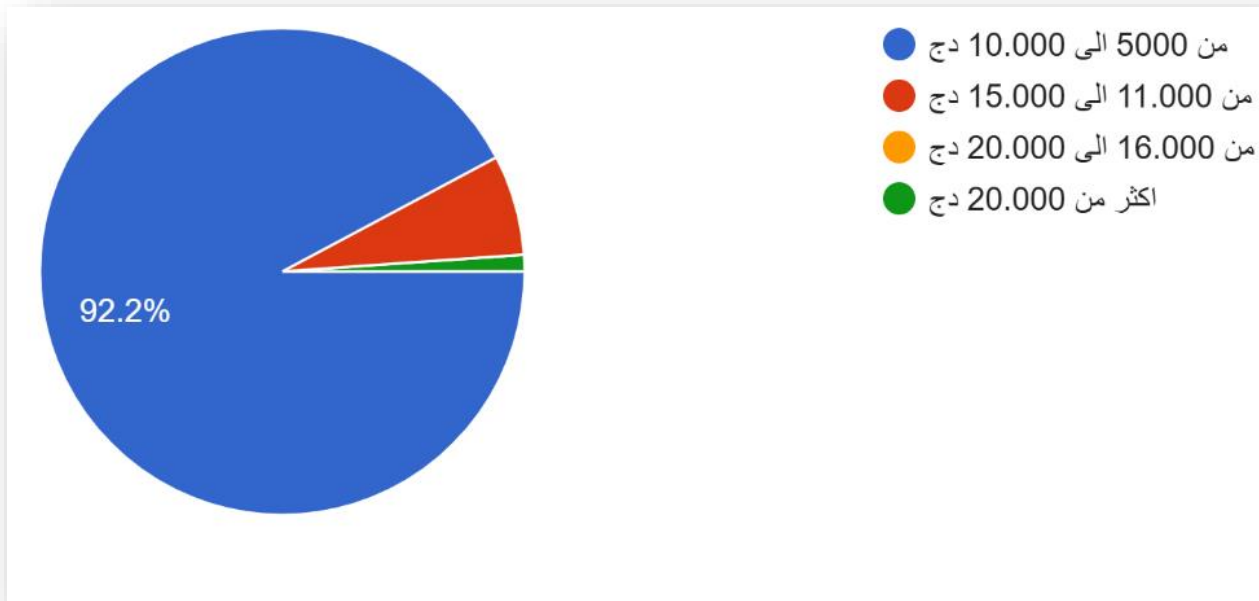
حسب الجدول الموضح أعلاه، يتضح أن النسبة الأكبر من المشاركين في الاستبيان (77.8%) يفضلون أن يكون السعر الأعلى الذي يمكنهم دفعه مقابل دورة مسجلة يتراوح ما بين 4000 دج إلى 10.000 دج، مما يعكس الحاجة إلى تسعير مرن ومنخفض نسبياً لهذا النوع من الدورات مقارنة بالدورات المباشرة. كما أن نسبة لا بأس بها (14.4%) مستعدة للدفع في حدود 11.000 دج إلى 15.000 دج، بينما تراجعت النسب بشكل كبير في الفئات الأعلى، حيث عبر فقط 4.4% عن استعدادهم للدفع ما بين 16.000 دج إلى 20.000 دج، و3.3% فقط مستعدون لدفع أكثر من 20.000 دج.

هذه النتائج تشير بوضوح إلى أن أغلب المهتمين بالدورات المسجلة يتوقعون أسعاراً معقولة، ويضعون لها سقفًا ماليًا منخفضًا. وبالتالي، سوف نركز على تقديم الدورات المسجلة بتسعيرات اقتصادية تناسب الجمهور، مع إمكانية تصميم باقات منخفضة، أو اشتراكات قصيرة المدى، دون المساس بجودة المحتوى.

السؤال الثاني: ما هو أعلى سعر تكون مستعداً لدفعه مقابل دورة مباشرة online في العلاقات العامة؟

الشكل رقم 13: تمثيل بياني يوضح نسبة أعلى سعر تستطيع العينة أن تدفعها

مقابل دورة مباشرة ONLINE



منصة PR-EXPERT للتكوين المهني الرقمي في العلاقات العامة

الجدول رقم 17 : اعلی سعر تستطيع العينة ان تدفعها مقابل دورة مباشرة online		
المستوى	التكرار	النسبة المئوية
5000- 10.000	83	92.2%
11.000- 15.000	6	6.7%
16.000- 20.000	0	0%
+20.000	1	1.1%
المجموع	90	100%

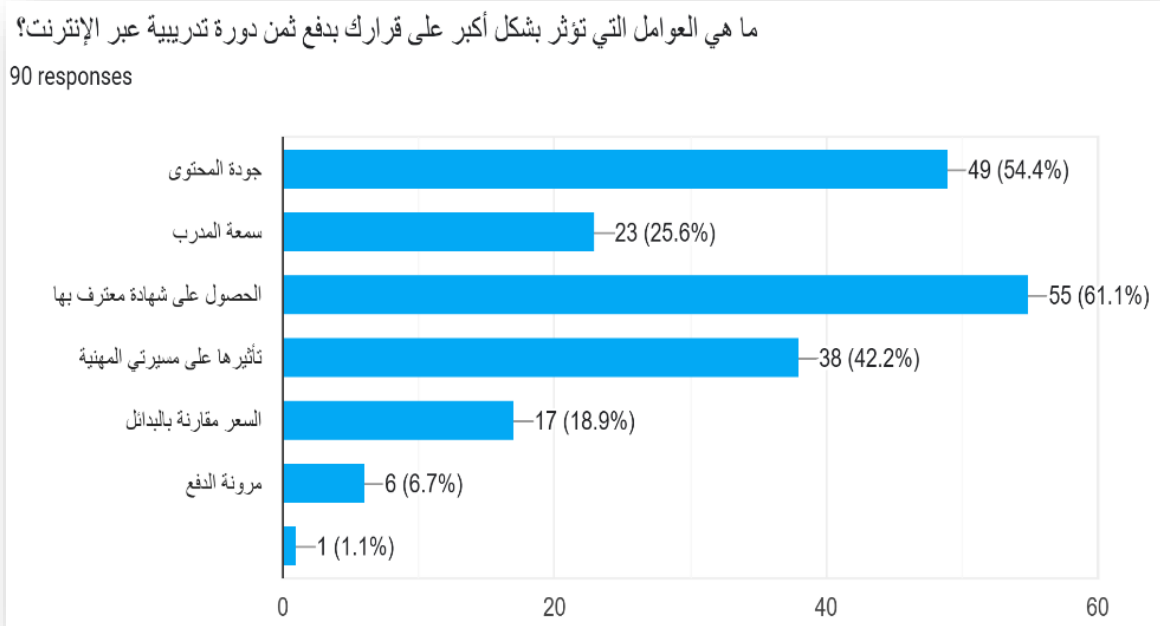
حسب الجدول الموضح أعلاه، يتبين أن الغالبية الساحقة من المشاركين في الاستبيان (بنسبة 92.2%) يرون أن السعر الأنسب الذي يمكنهم دفعه مقابل دورة تدريبية مباشرة عبر الإنترنت يتراوح ما بين 5000 دج إلى 10.000 دج، مما يدل على أن القدرة الشرائية لدى الجمهور المستهدف محدودة نسبياً وتخضع لحساسية السعر، بينما أعربت نسبة صغيرة (6.7%) فقط عن استعدادها لدفع ما بين 11.000 دج إلى 15.000 دج، ولم تُسجل أي استعداد للدفع في الفئة السعرية من 16.000 دج إلى 20.000 دج، في حين أن شخصاً واحداً فقط 1.1% أبدى استعداده لدفع أكثر من 20.000 دج.

هذا التوزيع يؤكد ضرورة أن تراعي المنصة في تسعير الدورات المباشرة حدود الإنفاق الواقعية للجمهور، وتُفضل تقديم عروض مرنة وباقات بأسعار مناسبة ضمن الفئة المقبولة شعبياً، إلى جانب التفكير في نماذج تسعير متعددة مثل الدفع بالقسط أو الخصومات الموسمية لزيادة الوصول والاستفادة.

السؤال الثالث: ما هي العوامل التي تؤثر بشكل أكبر على قرارك بدفع ثمن دورة تدريبية عبر الإنترنت؟

منصة PR-EXPERT للتكوين المهني الرقمي في العلاقات العامة

الشكل رقم 18 : تمثيل بياني يوضح نسبة العوامل التي يمكن ان تؤثر على قرار المجيب ان يدفع ثمن دورة تدريبية عبر الانترنت



الجدول رقم 18: العوامل التي يمكن ان تؤثر على قرار المجيب ان يدفع ثمن دورة تدريبية عبر الانترنت

المستوى	التكرار	النسبة المئوية
جودة المحتوى	49	54.4%
سمعة المدرب	23	25.6%
الحصول على شهادة معترف بها	55	61.1
تأثيرها على مسيرتي المهنية	38	42.2%
السعر مقارنة بالبدائل	17	18.9%

منصة PR-EXPERT للتكوين المهني الرقمي في العلاقات العامة

6.8%	6	مرونة الدفع
1.1%	1	اخرى
100%	90	المجموع

حسب الجدول الموضح أعلاه، يتضح أن العامل الأكثر تأثيراً في قرار الأفراد بدفع ثمن دورة تدريبية عبر الإنترنت هو الحصول على شهادة معترف بها بنسبة 61.1%، مما يشير إلى أهمية تقديم شهادات ذات مصداقية ومُعترف بها رسمياً ضمن منصة "PR-Expert". يليه في الأهمية جودة المحتوى التدريبي بنسبة 54.4%، وهو ما يؤكد ضرورة الاستثمار في إعداد دورات عالية المستوى من حيث التنظيم والمحتوى العملي والتطبيقي. كما أظهرت النتائج أن تأثير الدورة على المسار المهني يشكل دافعاً قوياً بنسبة 42.2%، مما يعني أن المتعلم يبحث عن دورات تساهم فعلياً في تحسين فرصه في التوظيف أو الترقية. وبنسبة أقل، تظهر سمعة المدرب (25.6%) كعامل مؤثر، ما يدعو إلى تسليط الضوء على كفاءة المدربين وسيرهم الذاتية داخل المنصة. أما السعر مقارنة بالبدائل فقد حصل على نسبة 18.9%، مما يدل على أن التسعير مهم، لكنه ليس العامل الأول. وأخيراً، لم تكن مرونة الدفع (6.8%) وعوامل أخرى (1.1%) من الأولويات لدى غالبية المشاركين. بناءً على هذه النتائج، من الضروري أن تركز المنصة على تقديم شهادات موثوقة، محتوى تدريبي عالي الجودة، ودورات ذات صلة مباشرة بسوق العمل، مع إبراز كفاءة المدربين وتقديم عروض سعرية مناسبة دون الإخلال بجودة الخدمة.

النتائج النهائية المستخلصة:

- بعد الإطلاع على آراء الجمهور المستهدف استنتجنا مجموعة هامة من النقاط:
- وجدنا ان هناك قبول واسع لفكرة المنصة، ما يعكس وعياً متزايداً لدى الجمهور بأهمية التكوين المهني الرقمي في هذا المجال، ويدعم انطلاقة المشروع بثقة بالمقابل نجد ان هناك ميل للتكوين المهني الحضوري وهذا مايعتبر تحدي لنا.
- غالبية المشاركين أبدوا استعداداً فعلياً للاشتراك في المنصة، مع نسبة قليلة متردة ونسبة نادرة غير مهتمة، ما يشير إلى أن الطلب على هذا النوع من التكوين موجود فعلاً.

منصة PR-EXPERT للتكوين المهني الرقمي في العلاقات العامة

- ان العوامل التي تؤثر في قرار شراء الدورات تتمحور حول: قوة الشهادة المقدمة، جودة المحتوى التدريبي، والقدرة على تحقيق تطور مهني حقيقي ولهذا سنعمل على تقديم شهادات موثوقة ومعترف بها سواء من شركاء محليين أو مؤسسات دولية، لرفع قيمة الدورة لدى المتدرب.
- المشاركون يُفضلون أن تكون أسعار الدورات، سواء المباشرة أو المسجلة، ضمن نطاق متوسط ومعقول، ما يعني ضرورة مراعاة القدرة الشرائية ولهذا فإن متوسط سعر الدورات سيكون بين 4000 دج الى 10000 دج .
- كما توجد مجالات بعينها تحظى باهتمام كبير، وعلى رأسها: العلاقات العامة الرقمية، مهارات الخطابة، استراتيجيات الإقناع، وإدارة الأزمات، ما يدل على سعي المتعلمين لاكتساب مهارات عملية وحديثة.

5. المزيج التسويقي:

تحليل P7 هو نموذج في التسويق يُستخدم لتخطيط وتقييم استراتيجية تسويقية شاملة، خاصة في الخدمات. يمثل سبعة عناصر تساعد على فهم كيفية تقديم المنتج أو الخدمة بشكل فعال في السوق.

1. المنتج (Product)

- دورات تكوين مهني رقمية متخصصة في العلاقات العامة.
- برامج مرنة، قصيرة، عملية، ومحدثة وفق متطلبات السوق.
- شهادات مهنية رقمية معتمدة عند إتمام كل دورة.

2. السعر (Price)

- اسعار دورات مناسبة لكل الفئات ذات الدخل المحدود بين 4000 دج الى 10000 دج.
- تقديم حزم من الدورات التدريبية (بث مباشر ومسجلة) بأسعار خاصة للشركات التي تسجل عددًا كبيرًا من الموظفين أو تلتزم ببرامج تدريبية متعددة تشمل اشتراكات جماعية، وخطط سنوية بأسعار تنافسية.
- عروض مجانية أو تجريبية لجذب المستخدمين الجدد.

3. المكان (Place)

- منصة إلكترونية تعمل عبر الحاسوب والهاتف.
- تقدم المنصة خدماتها عن بعد من خلال اشتراك الطلبة، وتقدم الشهادات اليهم في آخر مدة التكوين متاحة من أي مكان في الجزائر على مدار الساعة.
- تعتمد كليًا على التوزيع الرقمي (لا حاجة لحضور فعلي).

منصة PR-EXPERT للتكوين المهني الرقمي في العلاقات العامة

4. الترويج (Promotion)

- تسويق رقمي عبر وسائل التواصل الاجتماعي (فيسبوك، إنستغرام، لينكدإن).
- حملات موجهة تستهدف فئة الشباب الغير حاصلين على شهادة البكالوريا، الشركات، وخريجي الجامعات.
- شراكات مع مؤسسات، مؤثرين محليين و جمعيات شبابية.

5. الأشخاص (People)

- مدربون محترفون واساتذة مختصين في الاتصال والعلاقات العامة.
- فريق دعم فني وتربوي موجه لمرافقة المتعلمين في إدارة ملفات الطلبة.
- توفير ورشات عمل الكترونية لتبادل الخبرات والمهارات مع أساتذة مختصين.

6. العملية (Process)

- تجربة استخدام سلسلة:

1. التسجيل 2. اختيار الدورة 3. التعلم 4. الحصول على الشهادة.

- محتوى تعليمي منظم في وحدات قصيرة، مع اختبارات تقييمية.
- توفر المنصة الحق في تجربة أولية لخدمة المنصة ومتابعة التقدم و المحتوى عند الحاجة.

7. الدليل المادي (Physical Evidence)

- توفر المنصة خدماتها الكترونيا وتسهل على المتدربين الاشتراك في المنصة باستخدام حساب متاح خاص بالفرد او الشركة.
- شهادات رقمية موثقة باسم المتعلم بعد كل دورة.
- واجهة احترافية للمنصة (تصميم مرئي، فيديوهات، PDF، مكتبة الكترونية.
- صفحات تواصل، دليل المستخدم، وتقييمات من المتعلمين .

6. التحليل الاستراتيجي للسوق:

أولاً: تحليل SWOT

هو أداة استراتيجية تستخدم لتقييم نقاط القوة والضعف والفرص والتهديدات المتعلقة بالمشروع. وهذا يساعد في فهم الاوضاع الحالية والعوامل الداخلية والخارجية المتعلقة بالمشروع.

منصة PR-EXPERT للتكوين المهني الرقمي في العلاقات العامة

1. نقاط القوة (Strengths) :

- تقديم الخدمة المبتكرة: تقديم محتوى ذو جودة عالية يغطي جوانب العلاقات العامة بشكل شامل بما في ذلك إدارة السمعة على الإنترنت، إدارة الأزمات الاتصالية، والتسويق عبر المحتوى وغيرها..
- تفاعلية وتجربة تعلم ممتعة: توفير تجربة تعلم تفاعلية تشمل تمارين عملية ومشاريع عملية تساعد الطلاب على تطبيق المفاهيم التي يتعلمونها بشكل فعال
- مرونة البرامج منصة إلكترونية مرنة تعمل عبر الهاتف والويب ومتاحة 7/24 في جميع أنحاء الجزائر.
- توفير موارد متعددة: توفير مجموعة متنوعة من الموارد مثل فيديوهات تعليمية ومقالات ونماذج عملية و ورش عملية تحتوي على مكتبة خاصة بالمنصة لتعزيز فهم الطلاب وتطبيق مهارات التحرير الإلكتروني.
- أساتذة ومدربون محترفون: توفير وصول الى أساتذة ومدربون ذوي خبرة في مجال العلاقات العامة الذين يمكنهم تقديم التوجيه والدعم اللازم للطلاب على مدار توقيت عمل المنصة بالبحث المباشر
- التكلفة المنخفضة تتناسب خدمات المنصة مع التكلفة وتسعير مناسب للفئات ذات الدخل المحدود، مع عروض مجانية تجريبية وباقات اشتراك خاصة للشركات.
- المتابعة والتقييم : توفير آليات لمتابعة تقدم الطلبة وتقييم أدائهم مما يساعدهم على تحسين مهاراتهم بشكل مستمر ومتواصل. الإرادة والحب لمهنة التعليم عن بعد
- شهادات رقمية موثقة تعزز الثقة في قيمة التكوين.
- التسهيلات والامتيازات والدعم الذي تقدمه الدولة لتحسين هذا القطاع. الإرادة القوية للأولياء في تحسين المستوى العلمي لأبنائهم.

2. نقاط الضعف (Weaknesses) :

- ضعف الالتزام في التعلم الذاتي: بعض المتعلمين قد يواجهون صعوبة في التحفيز الذاتي والانضباط، مما يؤثر على استمراريته واستفادتهم من التكوين عن بعد.
- الحاجة المستمرة للتحديث والتطوير: المنصة تتطلب تحديثاً دورياً للمحتوى ومواكبة سريعة للتطورات التكنولوجية، ما يفرض أعباء زمنية ومالية مستمرة.
- ضعف الثقة المجتمعية في التكوين الرقمي: لا تزال بعض الفئات تنظر بتشكك إلى فعالية ومصداقية التكوين المهني عن بعد، مما قد يحد من الإقبال .

منصة PR-EXPERT للتكوين المهني الرقمي في العلاقات العامة

- نقص في الاعتراف الرسمي من بعض الجهات مقارنة بالمؤسسات الأكاديمية المعروفة (كـ UFC أو الجامعات الحكومية).

3. الفرص (Opportunities):

- توسيع خدمات المنصة لتشمل مجالات مثل التسويق والاشهار الرقمي لفائدة المؤسسات والشركات.
- وجود فجوة بين التكوين الأكاديمي النظري والتطبيق المهني، يمكن لـ "PR-EXPERT" أن تملأها.
- تحفيز المتعلمين من خلال تقديم شهادات مهنية قابلة للاستخدام في سوق العمل في مجال العلاقات العامة.
- تطوير المنصة بتقنية التكنولوجيا الحديثة والذكاء الاصطناعي في عملية التدريب لتحسين تجربة التعلم وتخصيص المحتوى حسب احتياجات المتعلم
- بناء شراكات وتعاونات مع مؤسسات ومنصات تعليمية لتبادل الخبرات وتنويع المحتوى.

4. التهديدات (Threats):

- تغيير السياسات الحكومية أو ضعف الاعتراف الرسمي بشهادات رقمية غير أكاديمية.
- الحاجة الملحة لتأمين مصادر تمويل مستدامة تضمن استمرارية المنصة ونموها على المدى الطويل.
- مخاطر أمنية مثل محاولات الاختراق أو سرقة البيانات، ما يستلزم نظام حماية إلكتروني فعال ومستمر.
- مشكلات البنية التحتية الرقمية في بعض المناطق (انقطاع الإنترنت، نقص الأجهزة).
- انعدام ثقافة التعلم الذاتي عبر الإنترنت لدى شريحة من الجمهور.

ثانياً: نموذج تحليل PESTEL

1. العوامل السياسية (Political)

- التوجه الاستراتيجي للحكومة في دعم التعليم الرقمي وتسهيل التكوين عن بعد عبر الإنترنت خاصة بعد جائحة كورونا.
- لتسهيل الوصول للتكوين عن بعد عبر الانترنت، كما تلعب الرؤية الاستراتيجية للحكومة والتزامها بتطوير الدعم الحكومي والسياسة التكوينية المتبناة، بالإضافة الى الاهتمام بتكنولوجيا المعلومات والاتصالات.
- التعليم الرقمي دورا هاما في تشجيع تطبيق واعتماد هذه النظم والمنصات. الاهتمام المتزايد بتكنولوجيا المعلومات والاتصالات كركيزة لتعزيز التعلم الرقمي.
- ضرورة مواكبة المنصة للتغيرات السياسية والتشريعات الصادرة عن الهيئات المختصة.

منصة PR-EXPERT للتكوين المهني الرقمي في العلاقات العامة

- أهمية الدعم الحكومي والتمويل العمومي أو الخاص في دعم المؤسسات الناشئة وضمان استمراريته.

2. العوامل الاقتصادية (Economic):

- التغيرات في الإقتصاد المحلي والعالمي وقدرة النمو الإقتصادي للجزائر يؤثر على دعم مشاريع المؤسسات الناشئة.
- القدرة الشرائية لدفع رسوم للإشتراك في المنصة. للمستهدفين (خاصة الشباب والخريجين).
- تأثير البطالة على الإقبال على التكوين المهني الرقمي.
- التغيرات في الإقتصاد المحلي والعالمي التي قد تؤثر على تمويل مشاريع المؤسسات الناشئة خاصة المتعلقة بتكوين الطلبة.
- حجم وطبيعة المنافسة في السوق يؤثر على استراتيجيات الأسعار والتسويق لخدمات المنصة.
- التكيف مع التطورات التكنولوجية وتحديث المنصة بشكل دوري يتناسب سعر التحديث مع إيرادات المنصة.
- البحث عن الشركاء الإقتصاديين لتحسين جودة التكوين.

7. العوامل الاجتماعية (Social) :

- وجود فجوة بين مخرجات الجامعة ومتطلبات سوق العمل.
- المؤسسات الجزائرية (خاصة الخاصة والناشئة) بدأت تدرك أهمية العلاقات العامة لتحسين السمعة والتواصل مع الجمهور، مما يرفع الطلب على هذا النوع من التكوين.
- فتح مناصب العمل في المنصة للأساتذة المختصين في مجال العلاقات العامة عن بعد.
- العلاقات العامة أصبحت أكثر تعقيداً بسبب سرعة انتشار الأخبار على الإنترنت، ما يتطلب مهنين مدربين على إدارة الأزمات بذكاء ومرونة.
- الجيل الجديد يبحث عن تخصصات حديثة ومرنة، مثل الإتصال والعلاقات العامة، التي تتيح العمل الحر أو عن بُعد، ما يعزز جاذبية المنصة.
- مراقبة اهتمامات المجتمع وضرورة مراعاة الاختلافات الجهوية في اللهجات والعادات والقيم أثناء تقديم التكوينات، وممارسة العلاقات العامة لاحقاً.

8. العوامل التكنولوجية (Technological):

- العلاقات العامة لم تعد محصورة في الإعلام التقليدي، بل تشمل إدارة محتوى الصفحات الرسمية، التفاعل مع المتابعين، وتسيير حملات عبر السوشال ميديا.

منصة PR-EXPERT للتكوين المهني الرقمي في العلاقات العامة

- استخدام روبوتات الدردشة (Chatbots) وتطبيقات الردود الآلية أصبح شائعاً، ويُنتظر من مهني العلاقات العامة فهم كيفية توظيفها دون المساس بالجانب الإنساني في التواصل.
- منصات مثل البريد الإلكتروني، تطبيقات التواصل الفوري (مثل WhatsApp Business)، وأدوات عقد الاجتماعات (Zoom GOOGLE meet) أصبحت أساساً في تسيير العلاقات العامة الحديثة.
- تحسين جودة آلية الدفع الإلكتروني من خلال الضمانات والتسهيلات المقدمة لهم للإشتراك في المنصة.
- تطور تقنيات الواقع المعزز والافتراضي (AR/VR) بحيث أصبحت تُستخدم في حملات العلاقات العامة الإبداعية، مثل تقديم تجارب تفاعلية للجمهور، ما يفتح آفاقاً جديدة لتكوين متخصصين متقدمين في المجال.
- أصبحت أدوات الذكاء الاصطناعي تُستخدم لكتابة البيانات الصحفية، تنظيم الأفكار، أو الرد على التعليقات، ما يتطلب تدريباً على الاستخدام الأخلاقي والفعال لهذه التقنيات.

9. العوامل البيئية (Environmental):

- تجنب استخدام الإعلانات الورقية في فترة التسجيلات لتجنب تلوث البيئة.
- إثبات مصداقية خدمات المنصة في البيئة عند الإشهار عن خدماتها لجذب عدد كبير من المشتركين.
- التحديات البيئية التي قد تؤثر على البنية التحتية الرقمية (انقطاعات الكهرباء والإنترنت).
- إمكانية تسويق المشروع كبديل "أخضر" للتكوين التقليدي.

10. العوامل القانونية (Legal):

تعتبر المنصات الإلكترونية كأداة للتعامل مع المستخدمين وتقديم خدمة للأفراد ما يجعله يتحس بها إيجابياً أو سلبياً ولذلك تتضمن مجموعة من القوانين والبنيات التشريعية الصارمة التي تتابع هذا النوع من النشاط الإلكتروني، وقد تمت فكرة تنظيم الفضاء الرقمي بالقوانين الدولية في عام 1996م تم اقتراح صياغة قانون دولي من قبل الخبراء، حيث كانت هناك ثلاثة أفكار مهيمنة عن كيفية تنظيم قانون دولي على الرغم من وجود مدافعين عن الحريات السيبرانية مثل جون باولو كونه مؤيد لفكرة الفضاء الرقمي حراً من طغيان الحكومة ويعتقد "جيمس لويس أن مسؤولية الدول على عاتقهم لصياغة قانون وطني لتنظيمه وكانت المناقشة تدور حول ثلاث أمور تواجه صياغة القانون الدولي: الاختصاص القضائي والتحكيم، والصكوك القانونية والفقهية.¹

ان الاستراتيجية الإلكترونية الجزائرية تستند على مجموعة من الأهداف من بينها :

¹ خروبي أحمد ، العربي بن حجار ميلود .التشريعات المنظمة للفضاء الرقمي في الجزائر بين تحديات التقنيات والرهانات المستقبلية للبنية التحتية. مجلة علم المكتبات العدد 01 ، جامعة الجليلي اليايس سيدي بالعباس الجزائر ، 2021 ، ص06 .

منصة PR-EXPERT للتكوين المهني الرقمي في العلاقات العامة

تعزيز استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في الإدارة العامة والأعمال التجارية، تطوير آليات وتدابير تشجع المواطنين من خلالها على منحهم إمكانية الوصول إلى شبكة المعلومات والاتصالات، وكذلك تحفز المواطنين على التطور في الاقتصاد الرقمي، تعزيز البحث والابتكار، وتطوير الاتصالات السلكية واللاسلكية، وإنشاء آليات الرصد الإلكتروني.

اتجهت الحكومة الإلكترونية على تقديم الخدمات وليس استخدام تكنولوجيا المعلومات وتحاول السلطات الجزائرية جاهدة لتحسين الأعمال والاستثمار الإلكتروني من خلال التدابير التالية:

-تسريع التجارة الإلكترونية من خلال القانون رقم 18-05 الصادر في 10 ماي 2018 بشأن التجارة الإلكترونية مما يدل على خطوة كبيرة في تقديم نظام قانوني لم يكن في السابق.

ومن أجل منافسة الشركات الجزائرية للبلدان المتطورة، عليها أن تتحسن بشكل مستمر في الإنتاج للاستفادة من الزيادة والوصول إلى الابتكار.

ان الجزائر اليوم تتجه نحو الرقمنة الذي يجمع بين نماذج الحوكمة وآليات التفاعل بين الابتكار والخدمات والبرامج من خلال الاستفادة من التقنيات الرقمية، علما أن الجزائر شهدت تطورا كبيرا في مجال تكنولوجيا المعلومات في السنوات الأخيرة لهذا نجد بؤادر السير نحو التحول الرقمي بدأت تتضح من خلال الاطار القانوني وإدخال أنظمة تصاحب نمو القطاع الرقمي، ومن بين هذه القوانين نجد:¹

-القانون رقم 05-10 المؤرخ في 20 جوان 2005 المعدل والمتمم لأمر رقم 58-75 المتضمن للقانون المدني، والاعتراف بالكتابة الإلكترونية كوسيلة اثبات.

-القانون 05 أوت 2009 صدور القانون 09/04 المتضمن القواعد الخاصة للوقاية من الجرائم المتصلة بالتكنولوجيات الاعلام والاتصال ومكافحتها.

-المرسوم التنفيذي رقم 09 410 المؤرخ في 10 ديسمبر 2009 الذي يحدد قواعد الأمن المطبقة على النشاطات المتصلة الأمانة الحالية.

-القانون رقم 15 04 المؤرخ في 01 فيفري 2015 المتضمن تحديد القواعد العامة المتعلقة بالتوقيع والتصديق الإلكترونيين.

-القانون رقم 18 04 المؤرخ في جوان 2018 وهو قانون رئيسي لخدمات البريد والاتصالات وكان هذا القانون كإجراء لفصل البنية التحتية للإنترنت التي تجلب احتكار شركة الاتصالات والسماح لشركات أخرى لطلب التراخيص من الهيئة التنظيمية للمنشورات الإلكترونية واستخدامها لتقديم خدمات الإنترنت للعملاء، والجانب الرئيسي لهذا القانون

¹ خروبي أحمد ،العربي بن حجار ميلود ، المرجع سبق ذكره ص 10.11.

منصة PR-EXPERT للتكوين المهني الرقمي في العلاقات العامة

يتعلق بالالتزام المزدوج المفروض على أصحاب التجارة الالكترونية لتسجيل في السجل التجاري ولاستضافة موقعهم على الانترنت في خوادم جزائرية بإسم DZ

-المرسوم الرئاسي رقم 05-20 المؤرخ في 20 جانفي 2020 المتعلق بوضع منظومة وطنية لأمن الأنظمة المعلوماتية، لمواجهة الحوادث السيبرانية التي تستهدف المؤسسات الوطنية.
-الأمن والخصوصية شرط مطلق لاسيما في معاملات الدفع الالكتروني.

3. الإستراتيجيات التسويقية:

تعتمد منصة "PR-EXPERT" مجموعة من الاستراتيجيات الترويجية المدروسة، بهدف تعزيز حضورها في السوق وزيادة الإقبال على خدماتها. ومن بين أهم الاستراتيجيات المعتمدة:

1. استراتيجية القيادة بالتكلفة

تعتمد هذه الاستراتيجية على تقديم خدمات التكوين بأسعار مدروسة ومناسبة للقدرة الشرائية للفئة المستهدفة، مع ضمان جودة مقبولة. قمنا بتقدير مبيعات خدمات المنصة بعد استخدام هذه الاستراتيجية و حددنا السعر اللازم مقابل هذه الخدمات كما أنه قابل للزيادة، وتم تحديد تسعيرة الاشتراك السنوي بما يضمن تحقيق توازن بين القيمة والتكلفة، ما يجعل المنصة خياراً منافساً بالمقارنة مع البدائل المتوفرة في السوق.

2. استراتيجية الجودة والتميز:

تركز "PR-EXPERT" على تقديم تجربة تكوينية متميزة، من خلال استخدام أدوات وتقنيات تعليمية حديثة، وتمكين الأساتذة من التفاعل الفعال مع المتعلمين. كما تستند هذه الاستراتيجية إلى إدماج الذكاء الاصطناعي وبرامج تعليمية ذكية لنقل التجارب والأفكار، مما يعزز ثقة المستخدمين ويساهم في ترسيخ صورة العلامة التجارية.

3. استراتيجية الجذب:

تهدف هذه الاستراتيجية إلى استقطاب المستخدم النهائي من خلال حملات إعلانية قوية ومتكررة تُسلط الضوء على فوائد وخدمات المنصة. وتعتمد المنصة على التسويق المباشر والتأثير النفسي للإعلانات بهدف تحفيز العملاء على اتخاذ قرار الاشتراك.

4. استراتيجية ترويج المبيعات:

تشمل هذه الاستراتيجية تعزيز جهود البيع من خلال تحفيز العملاء بالعروض والهدايا الترويجية، مثل تقديم عرض فريميوم وباقات منخفضة للشركات ويُستخدم هذا النهج في إطار تكاملي يجمع بين الإعلان والبيع الشخصي لرفع نسبة التحويل.

منصة PR-EXPERT للتكوين المهني الرقمي في العلاقات العامة

5. استراتيجية التسويق الرقمي:

تستغل المنصة الإمكانيات الواسعة للتسويق الرقمي عبر قنوات التواصل الاجتماعي مثل فيسبوك، إنستغرام، وتويتر، بالإضافة إلى التعاون مع المؤثرين الرقميين لإبراز القيمة المضافة لخدمات “PR-EXPERT” وزيادة الوعي بالعلامة التجارية.

6. استراتيجية التركيز:

تركز المنصة على سوق محدد يضم طلبة الإعلام والاتصال، بالإضافة إلى التلاميذ الذين يشتركون في الحاجة إلى التكوين المهني في مجال العلاقات العامة. ويتم توجيه الجهود التسويقية على المستوى الوطني لضمان الوصول الفعال إلى هذه الشريحة المستهدفة

المحور الرابع: خطة الإنتاج والتنظيم

1. عملية الإنتاج:

المرحلة الأولى: التأسيس والتخطيط

- تحديد الرؤية والأهداف الاستراتيجية للمنصة على المدى القصير والمتوسط.
- إعداد دراسة شاملة للسوق واحتياجات الجمهور المستهدف.
- تحديد الهيكل الإداري للمشروع ووضع خطة قانونية لتسجيل النشاط كمؤسسة تكوينية.

المرحلة الثانية: تطوير المنصة الرقمية وتحديد المقر الفعلي

- تطوير المنصة الرقمية بالتوازي مع تجهيز المقر:
- تصميم واجهة مستخدم سلسة ومتجاوبة.
- برمجة نظام إدارة دورات مرنة يتضمن: فيديوهات، بث مباشر، اختبارات، شهادات رقمية.
- ربط المنصة بوسائل دفع إلكترونية ودعم تقني مباشر من مقر بسكرة.
- اختبار شامل للمنصة من حيث الأداء، الأمان، وسهولة التصفح.
- تحديد وتجهيز مقر المنصة بمدينة بسكرة ليشمل:
- مكاتب إدارية للتسيير والتنسيق.
- قاعة تسجيل وبث مباشر مزودة بتجهيزات رقمية.

المرحلة الثالثة: استقطاب الكفاءات والتوظيف فتح باب التوظيف محلياً لاستقطاب كفاءات في:

منصة PR-EXPERT للتكوين المهني الرقمي في العلاقات العامة

- التدريب، الإعلام الرقمي، خدمة العملاء، والدعم الفني.
 - إطلاق حملات توظيف عبر الإنترنت ووسائل الإعلام المحلية.
 - تنظيم مقابلات واختبارات عملية لتشكيل فريق عمل مؤسس من داخل ولاية بسكرة.
- المرحلة الرابعة: إنتاج المحتوى التدريبي** إعداد خطة بيداغوجية شاملة في العلاقات العامة، تغطي:
- العلاقات الرقمية، الخطابة، استراتيجيات الإقناع، إدارة الأزمات، وغيرها.
 - تسجيل فيديوهات تدريبية احترافية داخل استوديو المقر.
 - تصميم أدوات داعمة: ملفات PDF ، عروض تقديمية، أنشطة تقييم ذاتي.

المرحلة الخامسة: الإطلاق الرسمي والتسويق

- تدشين المنصة رسميًا من مقرها ببسكرة.
- بدء تقديم الدورات الأولى للأفراد والمؤسسات.
- تنفيذ حملة تسويقية رقمية واسعة مع التركيز على الجمهور المحلي والمهني.
- تعزيز الحضور الإعلامي من خلال شراكات ومؤثرين في مجال التكوين والعلاقات العامة.

المرحلة السادسة: التقييم والتطوير المستمر

- جمع تغذية راجعة من المتعلمين والمدرّبين.
- تطوير الواجهة الرقمية بناءً على تجارب الاستخدام.
- تحسين جودة المحتوى وإضافة أدوات تفاعلية جديدة.
- تقييم أداء الفريق وتحديث خطة التوظيف والتطوير المهني.

2. التمويل

مطلوبات المشروع	جدول رقم 21 : يوضح تكاليف المنصة
-----------------	----------------------------------

منصة PR-EXPERT للتكوين المهني الرقمي في العلاقات العامة

الآلات و المعدات:	حواسيب مكتبية، طابعات متعددة الوظائف (طباعة ، نسخ، مسح)، كاميرات ويب احترافية و مثبتات، سبورة تفاعلية، ميكروفونات، شاشة عرض، VIDEOPROJECTEUR، اشتراكات انترنت ألياف بصرية بسرعة عالية، فاكس .
موارد التقنية	تشغيل المنصة ، تطوير المنصة الحماية والصيانة ، التسويق
الموارد البشرية	مدير المنصة ، سكرتير الاستقبال ، المبرمج ، استاذ متخصص في العلاقات العامة ، عامل نظافة.
الأثاث	مكتب مدير، كرسي مريح ، خزانة ملفات، مكتب السكرتير، كراسي ، لوحة اعلانات، مبرد هواء، مبرد مياه، حمام.
المساحة الداخلية للمقر	60 م ²

✓ سياسة الشراء: شراء المعدات والموارد اتقنية من موردين موثوقين.

✓ الدفع والاستلام: دفع إلكتروني او دفع تقليدي cash

✓ الموردون:

- شركات معدات الاجهزة الألكترونية و بيع الأثاث .
- وشركات الإتصالات لتوفير الانترنت .
- شركات البريد لتوفير الدفع الإلكتروني.

3. اليد العاملة:

تحديد فريق عمل المنصة و شروط توظيفها :

جدول رقم (20): يوضح تحديد فريق عمل المنصة وشروط توظيفها
الجدول رقم فريق عمل المنصة و شروط توظيفها

منصة PR-EXPERT للتكوين المهني الرقمي في العلاقات العامة

المنصب	العدد	الكفاءات و المؤهلات	شروط التوظيف	الأجور / شهريا	مدة العقد
مدير المنصة CEO	1	-متحصل على شهادة جامعية في مجال الاتصال والعلاقات العامة -أن تكون له خبرة ال تقل عن سنتين في الإدارة.	-أن يتمتع بالجنسية الجزائرية -أن ال يقل عمره عن 25 سنة. -شهادة طبية تثبت أنه في كامل قواه العقلية.	70,000 دج	/
الاساتذة MRS	3	-متحصل على شهادة الماستر في التعليم العالي في تخصص الاتصال والعلاقات العامة. أن تكون له خبرة لا تقل عن سنتين في التعليم.	-أن يتمتع بالجنسية الجزائرية -أن لا يقل عمره عن 25 سنة. -شهادة طبية تثبت أنه في كامل قواه العقلية	50,000 دج	سنة قابلة للتجديد
سكريتير الاستقبال RECEPTION SECRETARY	1	متحصل على شهادة ليسانس في التعليم العالي في تخصص الإعلام والاتصال.	أن يتمتع بالجنسية الجزائرية -أن لا يقل عمره عن 20 سنة. -شهادة طبية تثبت أنه في كامل قواه العقلية	25,000 دج	سنة قابلة للتجديد
مبرمج PROGRAMMER	1	-الحاصلون على شهادة تقني سامي في البرمجة والإعلام الالي. -خبرة في العمل لمدة لا تقل عن سنتين.	-أن يتمتع بالجنسية الجزائرية -أن لا يقل عمره عن 25 سنة.	50,000 دج	سنة قابلة للتجديد

منصة PR-EXPERT للتكوين المهني الرقمي في العلاقات العامة

سنة قابلة للتجديد	40,000دج	-أن يتمتع بالجنسية الجزائرية -أن لا يقل عمره عن 25 سنة.	-حاصل على شهادة ليسانس حقوق - خبرة في المحاماة لمدة لا تقل عن سنتين .	1	مشرف قانوني
سنة قابلة للتجديد	30,000دج	-أن يتمتع بالجنسية الجزائرية -أن لا يقل عمره عن 25 سنة.	- شهادة في الاعلام،المونتاج او مجال ذي صلة . -خبرة في تحرير الفيديوهات لمدة لا تقل عن سنتين . PREWORK -	1	محرر الفيديوهات VIDEO EDITOR
سنة قابلة للتجديد	40,000دج	-أن يتمتع بالجنسية الجزائرية -أن لا يقل عمره عن 25 سنة.	-شهادة جامعية في التسويق , ادارة الاعمال او مجال ذي صلة . -خبرة في التسويق الرقمي لمدة لا تقل عن سنتين .	1	مدير التسويق الرقمي DEGITAL MARKETING MANAGER
سنة قابلة للتجديد	20,000دج	-أن لا يقل عمره عن 20 سنة. -شهادة طبية تثبت أنه في كامل قواه العقلية	-بدون مستوى	1	عامل نظافة CLEANER
	425,000 دج شهريا 5,100,000دج / المجموع السنوي			10	المجموع

تحديد الوظائف والمهام والمسؤوليات.

منصة PR-EXPERT للتكوين المهني الرقمي في العلاقات العامة

1. مدير المنصة: يتولى المدير المهام الإدارية والتنظيمية العامة للمنصة، ويشرف على سير العمل لضمان تحقيق الأهداف التكوينية. وتتمثل مهامه في:

- تنظيم عملية تسجيل وقبول الطلبة داخل المنصة.
- ضبط وتنظيم خدمات التكوين المقدمة من طرف الأساتذة.
- إدارة العلاقات التعاونية مع المنصات والمؤسسات الأخرى ذات الصلة.
- التخطيط الفعّال لاستغلال الموارد البشرية والمادية بما يخدم أهداف المنصة.
- متابعة وتقييم أداء المنصة وقياس مدى فعاليتها في تحقيق نتائج التكوين.

2. الأساتذة (المدرّبون)

يمثل الأساتذة الركيزة الأساسية في تنفيذ برامج التكوين الرقمي، حيث يسهرون على نقل المعارف وتنمية المهارات وفق المنهاج المعتمد. وتتلخص مهامهم في:

- الالتزام بالمناهج والتعليمات التكوينية ومراعاة الجدول الزمني المعتمد.
- تقديم التكوين ضمن الأفواج حسب تقسيمات المنصة.
- مراعاة الفروقات الفردية من حيث قدرات وميول واهتمامات المتعلمين.
- تحفيز المتعلمين وتعزيز دافعيتهم نحو التكوين والتطوير.
- تنمية التفكير النقدي والمهارات العملية، وترسيخ القيم المهنية والأخلاقية.

3. مبرمج المنصة

يتكفل بكافة الجوانب التقنية الخاصة بالمنصة الرقمية ويضمن جاهزيتها الدائمة، ومن بين مهامه:

- تشغيل ودعم الأنظمة والمعدات المرتبطة بالمنصة التكوينية.
- صيانة المنصة الرقمية والتدخل السريع لحل أي أعطال أو مشكلات تقنية.
- العمل على تطوير وتحسين تجربة المستخدم داخل المنصة.

4. سكرتير الاستقبال

يُعد حلقة الوصل بين المنصة والجمهور الخارجي، ويؤدي دوراً أساسياً في التواصل الأولي مع المهتمين. وتشمل مهامه:

- استقبال المكالمات والرسائل والتفاعل مع استفسارات الطلبة أو الزوار.

منصة PR-EXPERT للتكوين المهني الرقمي في العلاقات العامة

- شرح طبيعة خدمات التكوين ومرافقة الطلبة الجدد خلال مرحلة الانضمام.
- رفع الاستفسارات والملاحظات المهمة إلى مدير المنصة.
- استقبال الملفات والوثائق الإدارية الخاصة بالطلبة.

5. مشرف قانوني:

يعمل على تقديم الاستشارات القانونية للإدارة وضمان التزام الشركة بالقوانين واللوائح المحلية والدولية وتشمل مهامه:

- إعداد ومراجعة العقود والاتفاقيات القانونية (عقود الشراكة، التوظيف، التوريد...).
- تمثيل الشركة أمام الجهات القانونية أو القضائية عند الحاجة.
- متابعة الامتثال القانوني للمنصة (خصوصاً في التعليم الرقمي، حماية البيانات، حقوق النشر).
- تقديم الرأي القانوني في حالات النزاعات أو القرارات الإدارية الحساسة.
- حفظ الوثائق والسجلات القانونية وتنظيمها.
- الإشراف على تسجيل الشركة والتراخيص القانونية المطلوبة.

6. مدير التسويق الرقمي:

هو المسؤول عن تخطيط وتنفيذ وتحسين استراتيجيات التسويق الرقمي بهدف تعزيز ظهور العلامة التجارية، وزيادة عدد العملاء، وتحقيق النمو الرقمي ومن مهامه :

- إعداد وتنفيذ الحملات الإعلانية على المنصات الرقمية. (Google, Meta, LinkedIn...)
- إدارة وتحسين الموقع الإلكتروني من حيث المحتوى وتجربة المستخدم (UX) وتحسين محركات البحث (SEO).

- إدارة منصات التواصل الاجتماعي ومتابعة تفاعل الجمهور.
- تحليل بيانات الأداء (analytics) واتخاذ قرارات مبنية على النتائج.
- الإشراف على حملات التسويق عبر البريد الإلكتروني. (Email Marketing)
- التعاون مع فريق التصميم والمحتوى لضمان تناغم الرسائل التسويقية.
- إعداد تقارير دورية للإدارة حول مؤشرات الأداء الرئيسية (KPI)

7. محرر الفيديوها:

منصة PR-EXPERT للتكوين المهني الرقمي في العلاقات العامة

يعمل على تحرير وإنتاج الفيديوهات التعليمية والترويجية بجودة احترافية تعكس صورة المنصة وتجذب الجمهور ومن مهامه:

- تحرير الفيديوهات باستخدام برامج متخصصة. (Adobe Premiere, After Effects...)
- تنسيق المشاهد، ضبط الإضاءة، والمؤثرات البصرية والصوتية.
- التعاون مع فريق المحتوى والتسويق لفهم الرسالة المطلوب إيصالها.
- تنظيم وترتيب مكتبة الوسائط الخاصة بالمنصة.
- إخراج الفيديوهات بنسخ مختلفة تناسب وسائل النشر (يوتيوب، تيك توك، إنستغرام...).
- مراجعة جودة المنتج النهائي والتأكد من مطابقته لهوية العلامة التجارية

8. عامل النظافة

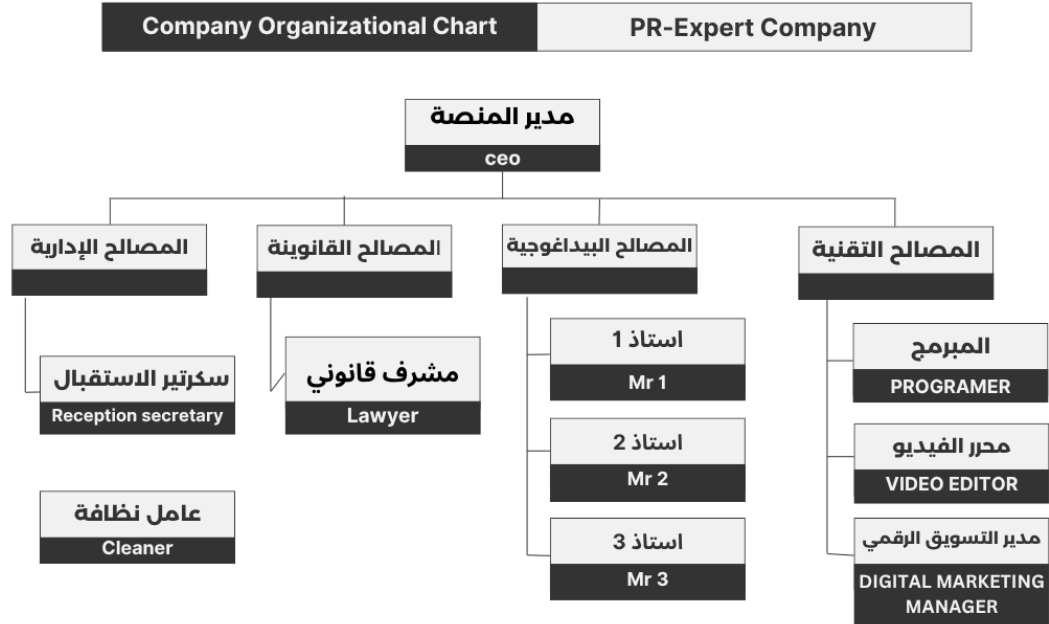
مسؤول عن نظافة وصيانة بيئة العمل في المقر الإداري للمنصة، وتشمل مهامه:

- تنظيف المكاتب وقاعات الاجتماعات والمرافق المشتركة لضمان بيئة عمل صحية ومنظمة.
- الهيكل التنظيمي للمشروع:

هو عبارة عن عرض هيكلي يوضح توزيع الوظائف والمسؤوليات داخل فريق المشروع. يبين هذا المخطط العلاقات بين أفراد فريق العمال ويوضح كيفية تنظيم السلطة واتخاذ القرارات. ويهدف الى توضيح كل فرد ومكانته وكيفية التواصل والتنسيق بين الأعضاء لضمان تنفيذ المشروع.

والهيكل التنظيمي لمشروعنا هو كالتالي:

منصة PR-EXPERT للتكوين المهني الرقمي في العلاقات العامة



4. الشراكات الرئيسية:

- وزارة التعليم العالي و وزارة التكوين والتعليم المهنيين للإعتماد رسمي بالشهادة و دعم محتوى تكويني رقمي معترف به.
- الوكالة الوطنية للتشغيل ANEM , ANGEM, CNAC, لاستقطاب طالبي العمل وتقديم تكوينات مهنية موجهة لهم
- صندوق تمويل الشركات الناشئة الجزائري (ASF) .
- حاضنات الأعمال: تربطنا شراكة مع حاضنة الأعمال الجامعية التي وفّرت الدعم الاستشاري والتوجيهي خلال مراحل إعداد المشروع، بالإضافة إلى التكوين في مجال ريادة الأعمال.
- شركات عامة وخاصة لتقديم تكوين لموظفيهم في الاتصال والعلاقات العامة أو تنفيذ برامج تكوين داخلي
- شركات اتصالات (Algérie Télécom Mobilis, Djezzy, Ooredoo) لضمان تدفق إنترنت قوي ودعم تقني دائم لمقر المشروع لتقديم عروض إنترنت مهنية، رعاية تقنية أو ترويج مشترك.
- بريد الجزائر لتفعيل الدفع الإلكتروني على المنصة بطريقة آمنة وسلسة BaridiMob

منصة PR-EXPERT للتكوين المهني الرقمي في العلاقات العامة

- إذاعات محلية مثل اذاعة الزيبان الترويج للمنصة ودوراتها عبر وسائل إعلام موثوقة

المحور الخامس: الخطة المالية

1. التكاليف والأعباء:

- تكاليف المنصة:

جدول رقم 21 : يوضح تكاليف المنصة	
الاصول	التكلفة
تشغيل المنصة	15,000
تطوير المنصة	30,000
الحماية و الصيانة	20,000
التسويق	100,000
المجموع	160,000

- تكاليف الموارد المادية:

جدول رقم 22: يوضح تكاليف الموارد المادية				
الفئة	التجهيز	العدد	سعر الوحدة (دج)	الإجمالي (دج)
المعدات التقنية	جهاز كمبيوتر	3	90,000 دج	270,000 دج
	طابعة	1	40,000 دج	40,000 دج
	كاميرا WEBCAM	3	30,000 دج	90,000 دج
	مثبت للكاميرا web Stabilisateur camera	3	10,000 دج	30,000 دج
	سبورة تفاعلية	2	15,000 دج	30,000 دج

منصة PR-EXPERT للتكوين المهني الرقمي في العلاقات العامة

سماعات	3	2,000 دج	6,000 دج
مكبر صوت	3	3,000 دج	9,000 دج
ميكروفون	3	3,000 دج	9,000 دج
مودام	1	5,000 دج	5,000 دج
تشكيلة اضاءة	2	50,000 دج	10,000 دج
جهاز فاكس ليزر FAXLISER	1	20,000 دج	20,000 دج
بروجكتور تعليمي DATASHOW	2	20,000 دج	40,000 دج
موفر طاقة كمبيوتر APC077	2	15,000 دج	30,000 دج
كاميرات مراقبة	4	10,000 دج	40,000 دج
مكتب مدير	1	100,000 دج	100,000 دج
كراسي	15	5,000 دج	75,000 دج
خزانة	1	7,000 دج	7,000 دج
مكيف الجو	3	60,000 دج	180,000 دج
مكتب استقبال	1	40,000 دج	40,000 دج
لوحة إعلانات	1	10,000 دج	10,000 دج
حمام	1	50,000 دج	50,000 دج
المعدات المكتبية			
معدّات أخرى			
المجموع			1,091,000 دج

2.1 : وظائف ومميزات التجهيزات التقنية المشروع:

1-جهاز الكمبيوتر المكتبى (Pc de bureau) : أي مكتبة أو قسم في أي مؤسسة يحتاج الى أجهزة كمبيوتر مكتبية في العمل وذلك للاستخدام المهني ويتمثل ذلك في الإنتاجية فأجهزة الكمبيوتر مثل هذه مصممة لتكون أداة إنتاجية فعالة في المكاتب والمنزل، مما يتيح تنفيذ المهام المكتبية مثل تحرير المستندات جداول البيانات، والعروض التقديمية بسهولة. التطوير والبرمجة بيئة قوية ومناسبة للمطورين والمبرمجين لتشغيل بيئات التطوير والاختبار بسلاسة. التعليم

منصة PR-EXPERT للتكوين المهني الرقمي في العلاقات العامة

مثالي للطلاب والمعلمين لإجراء الأبحاث التعلم عبر الإنترنت، وتنفيذ المشاريع الدراسية .ويعتمد هذا كله على مواصفات الجهاز حسب الطلب.

2-طابعة الحبر النفث: هي نوع من الطابعات التي تستخدم فيها تقنية نفث الحبر الطباعة النصوص والصور على الورق.

تتميز هذه الطابعات بقدرتها على إنتاج مطبوعات عالية الجودة، خاصة عند التعامل مع الصور والوثائق الملونة، وهي طابعات متعددة الوظائف فهي أجهزة تجمع بين وظائف الطباعة النسخ المسح الضوئي. تستخدم هذه الطابعات في المنازل والمكاتب على حد سواء لتوفير المساحة وزيادة الكفاءة. كما ان طابعات الحبر النفث تعد خيارًا ممتازًا للمستخدمين الذين يحتاجون إلى طباعة ملونة عالية الجودة، خاصة للصور الفوتوغرافية والوثائق الرسومية.

تقدم هذه الطابعات توازناً جيداً بين الأداء والتكلفة، مما يجعلها مناسبة للاستخدامات المنزلية والمكتبية على حد سواء. ولها عدة وظائف ومميزات نذكر منها الوظائف :

-طباعة المستندات مثالية لطباعة الوثائق النصية والصور الفوتوغرافية بجودة عالية .

-النسخ: بعض الطرز توفر وظائف النسخ التي تمكن من نسخ المستندات بسهولة .

-المسح الضوئي: يمكنها مسح المستندات ضوئياً وتحويلها إلى ملفات رقمية .

-الميزات الإضافية: الطباعة على الوجهين (Duplex Printing) تدعم بعض الطابعات الطباعة التلقائية على الوجهين لتوفير الورق خراطيش الحبر الفردية تأتي بعض الطرز بخراطيش حبر فردية لكل لون، مما يقلل من هدر الحبر ويوفر تكاليف التشغيل.

3-كاميرا الويب لوجيتك WEBCAM LOGITECH C922 PRO HD1080: هي كاميرا عالية الجودة تستخدم

ليث الفيديو عبر الإنترنت بجودة عالية، تم تصميمها خصيصاً للاجتماعات عبر الإنترنت، والبث المباشر للدورات، وإنشاء محتوى الفيديو على الإنترنت. كما انها تحتوي على عدة مواصفات واستخدامات نذكر منها:

جودة الصورة عالية الوضوح (HD): تتيح لك دقة الفيديو العالية الوضوح بتقنية 1080 بكسل بث صور نقية وحادة. تحسين الصوت مزودة بميكروفونين ستيريو مدمجين لتقديم صوت واضح وطبيعي أثناء البث. زاوية عريضة توفر زاوية عرض واسعة لتغطية المشهد بشكل كامل أثناء البث أو المحادثة .

توافق متعدد الأنظمة: تتوافق مع معظم أنظمة التشغيل الشهيرة مثل Windows و macOS و Chrome OS.

استخدامات بث الفيديو الحي عبر الإنترنت لمنصات مثل Twitch و YouTube و Facebook Live. إجراء

مكالمات فيديو عالية الجودة عبر الإنترنت للاجتماعات الافتراضية والمحادثات الشخصية، إنشاء محتوى الفيديو على

الإنترنت مثل مقاطع الفيديو التعليمية

منصة PR-EXPERT للتكوين المهني الرقمي في العلاقات العامة

4- بروجكتور تعليمي 07 Vidéoprojecteur Vivitek – Projecteurs Éducatifs: تعتبر الفيديو بروجكتور أجهزة مصممة للاستخدام التعليمي في بيئات المدارس والتعليم. توفر هذه الفيديو بروجكتورات ميزات مصممة خصيصاً لتلبية احتياجات المعلمين والطلاب، مما يسهل عملية التعلم التفاعلي في الصف. كما تحتوي على عدة وظائف نذكر منها

-التعليم التفاعلي: تتيح فيديو بروجكتورات فيفيتيك للمعلمين إنشاء دروس تفاعلية وشيقة باستخدام ميزات مثل التعليق الفوري والتعاون مع الطلاب .

-عرض المحتوى: توفر منصة لعرض محتوى تعليمي متنوع، بما في ذلك العروض التقديمية والفيديوهات والصور والرسوم المتحركة لإثراء تجربة تعلم الطلاب .توصيل متعدد الاستخدامات توفر خيارات الاتصال المتعددة توصيلاً سهلاً للمعلمين المشاركة المحتوى من مصادر وأجهزة متنوعة، مما يعزز المرونة والتكامل التكنولوجي في الصف.

5-مثبت كاميرا الويب Stabilisateur camera web : مثبت كاميرا الويب هو جهاز مصمم لتثبيت وتثبيت كاميرا الويب بشكل ثابت ومستقر أثناء الاستخدام. يهدف هذا الجهاز إلى تحسين جودة الفيديو المبتوثة عبر الإنترنت أو المستخدمة في الاجتماعات عبر الفيديو أو إنتاج المحتوى على الإنترنت من خلال تقليل الاهتزاز والحركة غير المرغوب فيها.

الميزات: تثبيت مستقر : يتميز بتصميم قوي ومستقر يسمح بتركيب الكاميرا بشكل ثابت دون حدوث اهتزازات أثناء التسجيل أو البث .قابلية التعديل: يوفر بعض المثبتات إمكانية تعديل الزاوية والارتفاع للكاميرا للحصول على الزاوية المثالية للتسجيل .توافق متعدد الأنظمة يتوافق مع معظم أنواع كاميرات الويب المتوفرة في السوق.

تثبيت سهل: يتميز بتصميم يسمح بتثبيت الكاميرا بسهولة على أجهزة الكمبيوتر المحمولة أو الشاشات الخارجية أو الطاولات .استخدامات تحسين جودة الفيديو المبتوثة عبر الإنترنت أو المستخدمة في الاجتماعات عبر الفيديو وتوفير تجربة تسجيل فيديو أكثر استقراراً لإنتاج المحتوى على الإنترنت مثل الفيديوهات التعليمية أو مقاطع الفيديو الشخصية.

6- السبورة التفاعلية: السبورة التفاعلية هي أداة رقمية تسمح بعرض، تحرير، ومشاركة المحتوى بشكل مباشر وتفاعلي بين المدرب والمتدربين، سواء في الدروس المسجلة أو اللقاءات المباشرة .وُتستخدم لشرح المفاهيم، كتابة الملاحظات، تنظيم الأفكار، وإجراء تمارين جماعية في بيئة بصرية جذابة ومحفزة. ومن وظائف السبورة التفاعلية في المنصة :

-تحسين التفاعل بين المتدرب والمدرّب: يمكن للمدرّب أن يشرح بالصوت والصورة ويكتب أو يرسم على السبورة مباشرة .المتعلمون يمكنهم المشاركة عبر التعليقات أو تحرير جزئي حسب الأدونات .شرح النظريات والمفاهيم المعقدة بصرياً :مثالية لشرح استراتيجيات التواصل، خرائط الذكاء العاطفي، نماذج العلاقات العامة، إلخ .إجراء أنشطة تطبيقية جماعية :مثل تمثيل الأدوار، تحليل حالة (case study) ، أو إعداد مخطط حملة تواصلية .تسجيل المحتوى للعودة

منصة PR-EXPERT للتكوين المهني الرقمي في العلاقات العامة

إليه لاحقًا: كل ما يُكتب يُمكن حفظه كصورة أو ملف PDF ورفع في حساب المستخدم. ربط مباشر مع المحتوى الرقمي: يمكن إدراج مقاطع فيديو، صور، مستندات، روابط، وتكاملها مع العرض التفاعلي. إدماج سبورة تفاعلية يُعزز القيمة التعليمية لمشروعنا، ويجعل تجربة التكوين أكثر تشاركية، عملية، وفعالة، خصوصًا في المجالات التي تتطلب مهارات ناعمة وتطبيقات تواصلية.

7-سماعات الكمبيوتر: هي جزء أساسي من أجهزة الكمبيوتر، تهدف إلى تحسين تجربة الصوت عند استخدام الكمبيوتر للمشاهدة الاستماع إلى الصوت، وغيرها من النشاطات الأخرى وتأتي سماعات الكمبيوتر بمجموعة متنوعة من الأحجام والتصميمات والأسعار، ويمكن العثور على خيارات تتناسب مع احتياجات مختلفة. ولها نوعان النوع السلبي واللاسلكي، كما تعمل على توفير جودة صوتية عالية تستخدم لتحسين تجربة الصوت أثناء مشاهدة الأفلام، استماع الموسيقى واللعب. توفير صوت محيطي: توفر سماعات متعددة القنوات تجربة صوتية محيطية مثالية للألعاب الفيديو والأفلام. تحسين تجربة الاتصال: تستخدم في الاجتماعات عبر الإنترنت ومكالمات الفيديو لتحسين جودة الصوت.

8- مكبر الصوت هو جهاز يهدف إلى تكبير الصوت وتحسين جودته عند تشغيل الصوت من مصادر مختلفة مثل الكمبيوتر أو الهواتف الذكية أو الأجهزة الصوتية الأخرى. يتكون مكبر الصوت عادة من مجموعة من السماعات المتصلة بوحدة تحكم توفر الطاقة وتحكم في مستوى الصوت والتوزيع الصوتي. كما أن له وظائف عديدة تتمثل في: تحسين الجودة الصوتية يهدف مكبر الصوت إلى تحسين تجربة الاستماع بتوفير صوت أكثر وضوحًا وتفصيلًا. توفير تجربة صوتية محيطية: يتيح مكبر الصوت متعدد القنوات تجربة صوتية محيطية.

9-موفر الطاقة APC Back-UPS 077 هو جهاز يستخدم لحماية أجهزة الكمبيوتر والإلكترونيات الحساسة من انقطاعات التيار الكهربائي وتقلبات الجهد. يعمل هذا الموفر على توفير تيار كهربائي نظيف. وثابت للأجهزة المتصلة به، ويوفر أيضًا وقتًا كافيًا لإيقاف التشغيل الآمن للأجهزة في حالة انقطاع انقطاع الطاقة: يوفر حماية فعالة ضد انقطاع التيار الكهربائي الذي قد يؤدي إلى فقدان البيانات أو تلف الأجهزة تصميم مدمج يأتي بتصميم صغير الحجم يمكن وضعه بسهولة على مكتب العمل أو بجوار الكمبيوتر.

10-الميكروفون هو جهاز يُستخدم لتحويل الصوت (كلام المتحدث) إلى إشارات رقمية تُنقل عبر الحاسوب أو الإنترنت، مما يتيح تسجيله أو بثه مباشرة بجودة واضحة. يُعد من الأدوات الأساسية في إعداد المحتوى التعليمي الصوتي أو المرئي. وظيفة الميكروفون: تسجيل الدروس والمحاضرات بصوت نقي: يضمن وضوح الشرح الصوتي للمتكرين دون تشويش أو ضوضاء، مما يُحسن من فهمهم ومتابعتهم. التفاعل المباشر في اللقاءات الحية (Live) يتيح للمدرب أو المتعلم التحدث بوضوح أثناء الحصص المباشرة أو الورشات التفاعلية. تعزيز الجانب الاحترافي للمحتوى: الصوت الواضح يُعطي انطباعًا جادًا وجودة عالية للمحتوى، مما يزيد من مصداقية المنصة. إدماجه في

منصة PR-EXPERT للتكوين المهني الرقمي في العلاقات العامة

أدوات أخرى (مثل السبورة التفاعلية والعروض): يُستخدم لتعليق صوتي على العروض التقديمية أو أثناء استعمال السبورة التفاعلية. كما يعد الميكروفون عنصر محوري لضمان تجربة تعلم واضحة ومريحة صوتيًا، ويُعد من أساسيات الجودة التقنية في التكوين عن بعد.

11-تشكيله الإضاءة: تشكيله الإضاءة هي مجموعة من المعدات والوسائل الضوئية تُستخدم بشكل منظم داخل الاستوديو أو فضاء التصوير (سواء كان فعليًا أو افتراضيًا) بهدف توفير إضاءة مناسبة من حيث الوضوح، التوازن، والتأثير البصري على جودة الفيديو أو الصورة المقدّمة في إطار الدروس أو التكوينات. ومن الوظائف التفصيلية لتشكيله الإضاءة :

-تحسين جودة الصورة والفيديو :الإضاءة الجيدة تمنع ظهور الظلال القوية أو التشويش البصري .تجعل الصورة أكثر وضوحًا، ما يُعزز تركيز المتلقي على المحتوى .

-خلق جو احترافي :الإضاءة تُضفي طابعًا مهنيًا على الفيديوهات، مما يزيد من ثقة المتعلم بالمحتوى .تُسهم في بناء هوية بصرية متناسقة للمنصة .التركيز على العنصر البشري أو الشيء المعروض :تستخدم الإضاءة لتوجيه نظر المتلقي إلى المتحدث، أو الشريحة المعروضة، أو التفصيل المهم.

-التحكم في المزاج العام للتكوين :إضاءة دافئة توحى بالراحة والود .إضاءة باردة توحى بالتركيز والجدية، خصوصًا في المواضيع التكوينية الرسمية.

-المساعدة في تقليل الجهد البصري لدى المتعلم :الإضاءة السيئة تتعب العين بسرعة، مما يضر بتجربة التعلم عن بعد .كما تمثل تشكيله الإضاءة عنصر تقني لا غنى عنه لضمان جودة بصرية عالية في فيديوهات التكوين، ما يرفع من مستوى التفاعل، الفهم، والانطباع المهني حول المنصة.

12-جهاز فاكس ليزر faxliser: يعتبر جهاز الفاكس بالليزر جهاز متطور يجمع بين الكثير من الوظائف في جهاز واحد. حيث يعتمد هذا الجهاز على تقنية الطباعة بالليزر لتقديم طباعة عالية الجودة ودقة ممتازة في إرسال واستقبال الفاكس .كما يعمل هذا الجهاز على إرسال واستقبال الفاكسات ويُستخدم لإرسال واستقبال المستندات عبر خط الهاتف، مما يجعله مناسباً للاستخدام في المكاتب وأماكن العمل التي تحتاج إلى إرسال واستقبال مستندات ورقية بسرعة. أما في الطباعة فيمكن استخدامه لطباعة المستندات بجودة عالية بفضل تقنية الطباعة بالليزر .ويمكنه النسخ أيضاً وذلك بنسخ المستندات بسرعة ودقة، مما يوفر الوقت والجهد. بالإضافة الى ذلك فهو له القدرة على إدارة المستندات فيفضل مغذي المستندات التلقائي وسعة درج الورق الكبيرة، يمكنه التعامل مع كميات كبيرة من المستندات بسهولة.

- التكاليف التشغيلية

منصة PR-EXPERT للتكوين المهني الرقمي في العلاقات العامة

جدول رقم 23: يوضح التكاليف التشغيلية		
البند	تكلفة الشهرية بالدينار الجزائري	التكلفة الإجمالية السنوية بالدينار الجزائري
صيانة البنية التحتية	10,000 دج	120,000 دج
الإيجار والتأمين	40,000 دج	480,000 دج
مصاريف الكهرباء والغاز	8,000 دج	96,000 دج
الهاتف والإنترنت	7,000 دج	84,000 دج
المجموع	65,000 دج	780,000 دج

- المصاريف الإجمالية:

جدول رقم 24: يوضح المصاريف الاجمالية	
المصاريف	التكلفة الإجمالية بالدينار الجزائري
تكاليف الموارد المادية	1,091,000 دج
تكاليف المنصة	160,000 دج
التكاليف التشغيلية	780,000 دج
الأجور	5,100,000 دج
المجموع	7,131,000 دج

2. رقم الأعمال:

جدول رقم 25: يوضح رقم الاعمال			
السيناريو	الوصف	الحساب	الإيرادات السنوية بالدينار الجزائري

منصة PR-EXPERT للتكوين المهني الرقمي في العلاقات العامة

9.500.000 دج	متوسط سعر الدورة 4000 دج $\times$ عدد الإشتراكات افراد ومؤسسات (1500 مشترك) $\times$ 1500 مشترك = 6.000.000 دج	متوسط سعر دورات البث المباشر online $\times$ عدد الإشتراكات افراد ومؤسسات (700 مشترك)	تفاوضي
	5000 دج $\times$ 700 مشترك = 3.500,000 دج		
7.300.000 دج	4000 دج $\times$ 1200 مشترك = 4.800.000 دج	متوسط سعر الدورات المسجلة courses $\times$ عدد الإشتراكات افراد ومؤسسات (1200 مشترك)	تشاؤمي
	5000 دج $\times$ 500 مشترك = 2.500.000 دج		

ملاحظة:

تم اعتماد متوسط تقريبي لأسعار الدورات التدريبية بهدف تقدير الإيرادات بشكل واقعي، وذلك نظراً لتفاوت الأسعار باختلاف نوع الدورة ومحتواها. وتشمل الدورات نوعين رئيسيين: الدورات المباشرة التي تُقدَّم في فصول افتراضية بتوقيت محدد وتتميز بالتفاعل المباشر بين المدرب والمشاركين، وغالباً ما تكون أعلى تكلفة، والدورات المسجلة التي تُعرض على شكل محتوى رقمي جاهز يمكن الوصول إليه في أي وقت، وتكون عادةً أقل سعراً نظراً لعدم تضمينها تفاعلاً زمنياً مباشراً. كما تختلف الأسعار حسب التخصص ومستوى العمق في المحتوى التدريبي.

منصة PR-EXPERT للتكوين المهني الرقمي في العلاقات العامة

3. جدول حساب النتائج المتوقعة :

جدول رقم 26: يوضح جدول حساب النتائج المتوقعة				
السنة	الإيرادات(دج)	التكاليف (دج)	الربح الصافي(دج)	نسبة الربح(%)
السنة الأولى	9,500,000 دج	7,131,000 دج	2,369,000 دج	24.94%
السنة الثانية	10,925,000 دج	7,700,000 دج	3,225,000 دج	29.53%
السنة الثالثة	12,563,749 دج	8,200,000 دج	4,363,749 دج	34.73%

تحليل الجدول :

✓ الإيرادات تنمو بثبات (+) 15% سنوياً

- المنصة تحقق زيادة مستمرة في عدد المتعلمين أو في أسعار الباقات.

- النمو يعكس توسعاً في الجمهور المستهدف (طلاب، موظفون، شركات).

- استنتاج: المنصة تحقق توسعاً تدريجياً جيداً.

✓ خفض التكاليف بشكل نكي (أقل من 10%)

- الاعتماد على المحتوى المسجل يقلل التكاليف.

- استخدام الأتمتة يقلل التكاليف البشرية.

- استنتاج: المنصة تدخل في مرحلة الكفاءة التشغيلية.

✓ الربح الصافي ونسبة الربح يتحسنان

- كل سنة تحقق المنصة ربحاً أكبر من حيث المبلغ والنسبة.

- الهيكل التجاري يظهر قابلية واضحة للتوسع.

✓ ماذا يعني هذا لمستقبل PR-EXPERT؟

- جاذبية للمستثمرين.

- إمكانية التوسع إلى أسواق جديدة.

منصة PR-EXPERT للتكوين المهني الرقمي في العلاقات العامة

- تنويع مصادر الدخل.

- تحقيق الاستدامة المالي.

4. خطة الخزينة:

الشهر	الخبزينة الإبتدائية (د ج)	الإيرادات (د ج)	المصاريف (د ج)	الربح الصافي (د ج)	الخبزينة النهائية (د ج)
جانفي	2 000 000	791 667	1 000 000	-208 333	1 791 667
فيفري	1 791 667	791 667	557 364	234 303	2 025 970
مارس	2 025 970	791 667	557 364	234 303	2 260 273
أفريل	2 260 273	791 667	557 364	234 303	2 494 576
ماي	2 494 576	791 667	557 364	234 303	2 728 879
جوان	2 728 879	791 667	557 364	234 303	2 963 182
جويلية	2 963 182	791 667	557 364	234 303	3 197 485
أوت	3 197 485	791 667	557 364	234 303	3 431 788
سبتمبر	3 431 788	791 667	557 364	234 303	3 666 091
أكتوبر	3 666 091	791 667	557 364	234 303	3 900 394
نوفمبر	3 900 394	791 667	557 364	234 303	4 134 697
ديسمبر	4 134 697	791 667	557 364	234 303	4 369 000

تحليل الجدول:

✓ الإيرادات ثابتة شهريًا بقيمة 791,667 دج ما يدل على نموذج عمل واضح وقابل للتكرار

- هذا الثبات جيد من حيث الاستقرار.

منصة PR-EXPERT للتكوين المهني الرقمي في العلاقات العامة

- شهر جانفي يسجل خسارة متوقعة 208,333 دج بسبب تكاليف الانطلاق المرتفعة من إطلاق، إعداد تسويق...

✓ المصاريف بعد جانفي خاضعة لتحكم جيد، ولا تظهر زيادة أو مفاجآت.

- المصاريف مستقرة و واقعية بعد الشهر الأول، ما يدل على تحكم جيد في التكاليف.

- جانفي: 1,000,000 دج

- بقية الأشهر من فيفري إلى ديسمبر: تحقق أرباحًا صافية منتظمة قدرها 234,303 دج شهريا

$$6,130,004 = 11 \times 557,364 \text{ دج}$$

$$\text{المجموع} = 7,130,004 \text{ دج}$$

✓ الربح الشهري :

جدول رقم 28: يوضح الربح الشهري	
الربح الصافي	الشهر
208,333 دج (خسارة)	جانفي
234,303 دج شهريًا	باقي الأشهر

- الخسارة الوحيدة كانت في جانفي (طبيعية ومؤقتة).

- من فيفري يبدأ المشروع في تحقيق أرباح منتظمة وثابتة، وهو أمر ممتاز.

✓ الخزينة النهائية ترتفع تدريجيًا لتصل إلى 4,369,000 دج بنهاية السنة، مما يوفر أرباحاً مالية

- في بداية جانفي 2,000,000 دج

- نهاية ديسمبر 4,369,000 دج

- الزيادة السنوية في الرصيد:

$$+2,369,000 = 4,369,000 - 2,000,000 \text{ دج}$$

- التحليل:

• الخزينة تنمو كل شهر بنفس الوتيرة (234,303 دج).

منصة PR-EXPERT للتكوين المهني الرقمي في العلاقات العامة

• يدل على قدرة المؤسسة على توليد فائض مالي منتظم دون الاستدانة.

✓ التحليل الإستراتيجي العام:

جدول رقم 29: يوضح التحليل الاستراتيجي العام	
المؤشر	التقييم
الاستدامة المالية	عالية جدًا (تدفق نقدي موجب طوال السنة)
نسبة الربح الصافي	جيدة (~25% من الإيرادات)
التحكم في المصاريف	ممتاز (مصاريف ثابتة بعد جانفي)
المخاطر	منخفضة - لكنها تعتمد على استمرار نفس الإيرادات يمكن أيضًا التفكير في تنويع مصادر الإيرادات لتقليل المخاطر الإعلانات الرقمية، محتوى جديد، أو إنشاء تطبيق خاص بالمنصة.
جاهزية للنمو	نعم، بوجود فائض خزينة سنوي واضح

✓ خطة تمويل تدريجية:

جدول رقم 30: يوضح خطة التمويل التدريجية	
النسبة	مصدر التمويل
25%	تمويل ذاتي (مؤسس المشروع)
25%	قروض
50%	دعم حكومي أو من صندوق Startup مثل ANAD أو ANGEM
100%	المجموع

منصة PR-EXPERT للتكوين المهني الرقمي في العلاقات العامة

المحور السادس: النموذج الأولي التجريبي

منصة PR-EXPERT للتكوين المهني الرقمي في العلاقات العامة

الشكل رقم 15 : يمثل صفحة إنشاء حساب في منصة PR-EXPERT

: يمثل
الرئيسية
EXPERT



الشكل رقم 16
الصفحة
لمنصة PR-



Create your account

☐ I agree to the [Terms of Service](#)

Or sign up with

Already have an account? [Sign in](#)

What Our Students Say

Amira Benali
Marketing Specialist

★★★★★

"PR-Expert's course on media relations was incredibly insightful. I now have the confidence to pitch stories and build relationships with journalists."

Karim Haddad
Entrepreneur

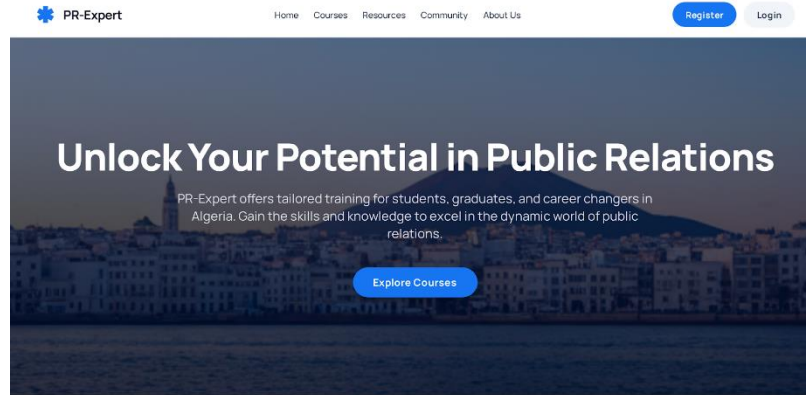
★★★★★

"The crisis management course provided practical strategies and real-world examples that I can apply immediately. Highly recommended!"

Our Partners



الشكل رقم 17: يمثل عرض الدورات حسب الفئات المستهدفة



Tailored Paths for Your Success

Undergraduate Students

For Undergraduate Students

Build a strong foundation in public relations while still in university. Gain practical skills and industry insights to stand out in the job market upon graduation.

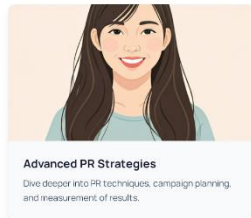
Recommended Courses



For Communication Graduates

Enhance your existing knowledge and skills with advanced PR training. Specialize in areas like corporate communication, public affairs, or integrated marketing to boost your career.

Recommended Courses



For Non-Specialists

Transition into a rewarding PR career with our comprehensive training programs. Learn the core principles and practical skills needed to succeed in this exciting field, regardless of your background.

Recommended Courses



الشكل رقم 18 : يمثل صفحة البحث عن الدورات

 **PR-Expert** [Home](#) [Courses](#) [Instructors](#) [Resources](#)

[Enroll Now](#)



Explore Courses

Enhance your public relations skills with our comprehensive courses.

Target Audience ▾

Course Level ▾

Course Type ▾

Price ▾

Duration ▾

Language ▾

PR Topics ▾

Featured Courses



Strategic Communication in PR

Master the art of strategic communication to build and maintain a positive brand image.

Instructor: Dr. Amira K.

DA 5,700 ★ 4.8 (120)



Crisis Management for PR Professionals

Learn to effectively manage and mitigate crises to protect your organization's reputation.

Instructor: Prof. Yacine B.

DA 6,900 ★ 4.9 (250)



Digital PR and Social Media Strategy

Develop a strong digital PR strategy using social media and online platforms.

Instructor: Mme. Fatima Z.

DA 7,900 ★ 4.7 (180)



Media Relations and Press Releases

Build strong relationships with the media and craft compelling press releases.

Instructor: Mr. Ahmed L.

DA 9,900 ★ 4.6 (95)

[<](#) [1](#) [2](#) [3](#) [...](#) [10](#) [>](#)

PR-Expert

Empowering public relations professionals in Algeria with cutting-edge knowledge and skills.

Quick Links

- [About Us](#)
- [Contact](#)
- [FAQ](#)
- [Terms of Service](#)

Connect With Us



© 2024 PR-Expert Algeria. All rights reserved.

الشكل رقم 19 : يمثل الصفحة الشخصية للمستخدم

PR-Expert

Home

My Courses

Catalog

Wishlist

Certificates

Settings

Welcome back, Amina!

My Courses



Public Relations Fundamentals

Learn the basics of PR and communication.

75% complete



Advanced PR Strategies

Master advanced techniques for PR professionals.

40% complete



Crisis Communication Management

Handle crises effectively with proven strategies.

15% complete

Recently Viewed



Media Relations Mastery

Build strong relationships with media outlets.



Digital PR and Social Media

Leverage social media for effective PR.

Calendar

< July 2024 >

S	M	T	W	T	F	S
			1	2	3	4
5	6	7	8	9	10	11
12	13	14	15	16	17	18
19	20	21	22	23	24	25
26	27	28	29	30		

Recommended for You



Strategic Communication Planning

Develop comprehensive communication plans.



Corporate Communication

Manage communication within organizations.



Wishlist

International PR Campaigns

Plan and execute global PR campaigns.

Notifications



Course Update

New course available: Advanced PR Strategies. Check it out now!

Dismiss



Certificate Ready

Your certificate for Public Relations Fundamentals is ready. Download it from your profile.

Dismiss



Course Reminder

Reminder: Crisis Communication Management starts next week. Be prepared!

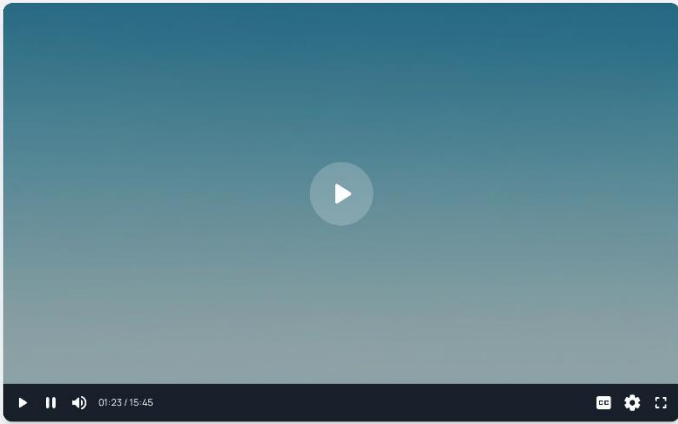
Dismiss

116

الشكل رقم 20 : يمثل عرض الدورة ومحتوياتها

 PR-Expert

Home Courses Resources Community 



Course Navigation

- 1. Introduction to PR ☒
- 2. Media Relations ☐
- 3. Stakeholder Engagement ☐
- 4. Crisis Communication ☐
- 5. Campaign Planning ☐
- 6. Measurement and Evaluation ☐
- 7. Final Project ☐

Support

- [Contact Support](#)
- [Help Center / FAQ](#)

Course Content: Introduction to Public Relations

This module covers the fundamentals of public relations, including its history, core principles, and ethical considerations. You'll learn how to craft compelling narratives, manage media relations, and build strong relationships with stakeholders.

Q&A / Discussion

 **Fatima Z.** 2 days ago
I'm finding the content very insightful. Can anyone share examples of successful PR campaigns in Algeria?

 **Omar B.** 1 day ago
Fatima, check out the recent campaign by the Ministry of Tourism promoting local destinations. It's a great example of effective storytelling and stakeholder engagement.

Post Comment

My Notes

Save Notes

Mark as Complete

الشكل رقم 21 : يمثل عرض امتحان نهاية الدورة

PR-Expert

HomeCoursesResourcesCommunity

59:30

Assessment: Crisis Communication Strategies

Instructions: This assessment evaluates your understanding of crisis communication strategies. Please answer all questions to the best of your ability. You have 60 minutes to complete the assessment.

Multiple Choice Questions

Select the best answer for each question.

Question 1

Which of the following is NOT a key principle of effective crisis communication?

☐ Option A: Speed and Accuracy

☐ Option B: Empathy and Compassion

☐ Option C: Concealing Negative Information

☐ Option D: Consistent Messaging

Question 2

What is the primary goal of a crisis communication plan?

☐ Option A: To blame external factors

☐ Option B: To minimize media attention

☐ Option C: To protect and restore the organization's reputation

☐ Option D: To increase sales during a crisis

Question 3

In a crisis, which communication channel is typically the most effective for reaching a wide audience quickly?

☐ Option A: Internal memos

☐ Option B: Press releases and official website

☐ Option C: Direct mail

☐ Option D: Employee word-of-mouth

True/False Questions

Indicate whether the following statements are true or false.

Statement 1

Transparency is crucial in crisis communication, even if it means admitting mistakes.

☐ True ☐ False

Statement 2

It's best to avoid social media during a crisis to prevent misinformation.

☐ True ☐ False

Short Answer Questions

Question 1: Describe a situation where a company handled a crisis effectively. What were the key elements of their success?

Type your answer here...

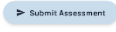
Question 2: What are the potential negative consequences of poor crisis communication?

Type your answer here...

Assignment Submission

Upload your assignment file (PDF, DOCX, PPTX):


Upload a file or drag and drop
PNG, JPG, GIF up to 10MB



الشكل رقم 22 : يمثل سياسة وشروط المنصة

 PR-Expert

[Home](#) [Courses](#) [About Us](#) [Contact](#)

[Sign Up](#) [Login](#)

Terms and Conditions

Last updated: October 26, 2023

1. Acceptance of Terms

By accessing or using the PR-Expert platform ("Platform"), you agree to be bound by these Terms and Conditions ("Terms"). If you do not agree to all of these Terms, do not use the Platform. These Terms apply to all visitors, users, and others who access or use the Platform.

2. User Accounts

To access certain features of the Platform, you may be required to create an account. You are responsible for maintaining the confidentiality of your account information, including your password, and for all activities that occur under your account. You agree to notify us immediately of any unauthorized use of your account or any other breach of security. PR-Expert will not be liable for any loss or damage arising from your failure to comply with this section.

3. Payment and Subscriptions

Certain services on the Platform may require payment of subscription fees. All fees are billed in advance on a recurring basis and are non-refundable, except as required by law or as otherwise stated in our refund policy. We reserve the right to change our subscription fees at any time, and we will provide you with reasonable prior notice of any such changes. Payments are processed securely through our third-party payment gateway. You are responsible for providing accurate billing information.

4. Content Ownership

All content available on the Platform, including but not limited to text, graphics, logos, images, course materials, and software, is the property of PR-Expert or its licensors and is protected by copyright and other intellectual property laws. You are granted a limited, non-exclusive, non-transferable license to access and use the content for your personal, non-commercial educational purposes. You may not reproduce, distribute, modify, create derivative works from, publicly display, or otherwise exploit this content without our express prior written permission.

5. User Conduct

You agree not to use the Platform for any unlawful purpose or in any way that could harm, disable, overburden, or impair the Platform or interfere with any other party's use and enjoyment of the Platform. Prohibited activities include, but are not limited to: transmitting any material that is defamatory, obscene, or otherwise objectionable; impersonating any person or entity; or engaging in any activity that infringes upon the rights of others.

6. Termination

We may terminate or suspend your access to the Platform immediately, without prior notice or liability, for any reason whatsoever, including without limitation if you breach these Terms. Upon termination, your right to use the Platform will immediately cease. All provisions of the Terms which by their nature should survive termination shall survive termination, including, without limitation, ownership provisions, warranty disclaimers, indemnity, and limitations of liability.

7. Disclaimer of Warranties

The Platform is provided on an 'as is' and 'as available' basis. PR-Expert makes no representations or warranties of any kind, express or implied, as to the operation of the Platform or the information, content, materials, or products included on the Platform. We do not warrant that the Platform will be error-free, uninterrupted, secure, or free of viruses or other harmful components.

8. Limitation of Liability

In no event shall PR-Expert, its directors, employees, partners, agents, suppliers, or affiliates, be liable for any indirect, incidental, special, consequential, or punitive damages, including without limitation, loss of profits, data, use, goodwill, or other intangible losses, resulting from (i) your access to or use of or inability to access or use the Platform; (ii) any conduct or content of any third party on the Platform; (iii) any content obtained from the Platform; and (iv) unauthorized access, use or alteration of your transmissions or content, whether based on warranty, contract, tort (including negligence) or any other legal theory, whether or not we have been informed of the possibility of such damage.

9. Governing Law

These Terms shall be governed by and construed in accordance with the laws of Algeria, without regard to its conflict of law provisions. Any dispute arising from or relating to the subject matter of these Terms shall be finally settled by arbitration in Algiers, Algeria.

10. Changes to Terms

We reserve the right, at our sole discretion, to modify or replace these Terms at any time. If a revision is material, we will try to provide at least 30 days' notice prior to any new terms taking effect. What constitutes a material change will be determined at our sole discretion. Your continued use of the Platform after any such changes constitutes your acceptance of the new Terms.

 © 2024 PR-Expert. All rights reserved.

[Terms of Service](#) [Privacy Policy](#) [Contact Us](#)

الشكل رقم 23 : نموذج الشهادة الرقمية لمنصة PR-EXPERT



شهادة إتمام

تُمنح هذه الشهادة بكل فخر إلى

بركات عبد الناصر

بعد إتمامه دورة في "العلاقات العامة الرقمية" عبر منصة PR-EXPERT بنجاح

مدير المنصة

بريبش ابراهيم



المدرّب

د. صونيا قوراري

الخاتمة :

في الختام، يمثل إنشاء مؤسسة ناشئة متخصصة في التكوين المهني الرقمي خطوة استراتيجية حاسمة لمعالجة الفجوة المتزايدة بين مخرجات التعليم التقليدي ومتطلبات سوق العمل الرقمي. إن تجسيد هذه الرؤية على أرض الواقع لا يكتسب أهميته من الحاجة الملحة لتزويد الأفراد بالمهارات الرقمية فحسب، بل يتأكد كذلك من خلال الاستجابة الإيجابية التي أبدوها المستهدفون في الاستبيان الميداني منها:

- وجدنا ان هناك قبول واسع لفكرة المنصة، ما يعكس وعيًا متزايدًا لدى الجمهور بأهمية التكوين المهني الرقمي في هذا المجال.
- غالبية المشاركين أبدوا استعدادًا فعليًا للاشتراك في المنصة، مع نسبة قليلة متردة ونسبة نادرة غير مهتمة، ما يشير إلى أن الطلب على هذا النوع من التكوين موجود فعليًا.
- هذه الاستجابة، التي عكست تقبلًا واسعًا وحاجة فعلية لمثل هذه المنصة، تعزز الثقة في أن المشروع لن يساهم فقط في تمكين الأفراد، بل سيعزز أيضًا من القدرة التنافسية الاقتصادية، ويفتح آفاقًا جديدة للابتكار وريادة الأعمال.
- لذا، فإن الجهود المبذولة لتفعيل هذا المشروع الحيوي تُعد استثمارًا مستقبليًا واعدًا في رأس المال البشري والاقتصاد الرقمي، مدعومًا بطلب حقيقي وملحوس من المجتمع.

الملاحق

مخطط نموذج الأعمال لمنصة PR-EXPERT



الشراكات الرئيسية

- الجامعات
- مراكز التكوين المهني.
- القطاع الحكومي للاستفادة من
- حماية الفكرة والاعتراف بالشهادات.
- حاضنات الأعمال.
- شركاء التمويل: صندوق تمويل
- الشركات الناشئة الجزائري (ASF)
- بريد الجزائر لتفعيل الدفع الإلكتروني
- على المنصة بطريقة آمنة وسلسة .



الأنشطة الرئيسية

- التطوير المستمر للمنصة من خلال تصميم وإعداد محتوى تكويني متجدد ومواكب للتطورات.
- تسويق المنصة من خلال حملات التسويق الرقمي لاستقطاب المستفيدين.
- المتابعة والتقييم الأداء العملية التكوينية و تحسينها.



الموارد الرئيسية

- المادية: دفع حقوق مبرمج المنصة، التمويل ، كراء المقر وتجهيز المعدات
- البشرية : دكاترة ، إداريين ، تقنيين مبرمجين .
- معنوية : حماية العلامة التجارية



شرائح العملاء

الأفراد :

- الطلبة الجامعيين المتخصصين في العلاقات العامة وغير المتخصصين،
- والافراد الذين لم يحالفهم الحظ في الحصول على شهادة البكالوريا.
- الموظفون في المؤسسات العمومية والخاصة الذين يشغلون مناصب إدارية ويرغبون في تطوير مهارات وظيفية.
- الشركات والمؤسسات التي ترغب في تكوين موظفيها في مجال الاتصال والعلاقات العامة.



مصادر الإيرادات

- رسوم الاشتراك في المنصة
- بيع دورات مسجلة COURSES ومباشرة online
- بيع باقات تكوين احترافية مخصصة للشركات B2B
- الاشهار للخدمات التابعة للشركات و المؤسسات الناشئة.



القنوات

- الموقع الرسمي للمنصة الذي يشكل الواجهة التعليمية الأساسية.
- محركات البحث الإلكتروني.
- البريد الإلكتروني.
- الصفحات رسمية للمنصة في مواقع التواصل الاجتماعي (انستغرام ، فيسبوك..)
- التواصل عبر هاتف مكتب الاستقبال.



العلاقات مع العملاء

- الإستجابة للإحتياجات الضرورية المحفزة للتكوين والتدريب
- تقديم خدمة التكوين الرقمي المهني وفق استراتيجيات مدروسة من خلال دكاترة واساتذة مختصين.
- تنظيم دورات مباشرة تفاعلية ومهام تطبيقية لبناء مجتمع تعليمي يشارك المهارات والخبرات
- المتابعة والتحفيز المستمر من خلال إشعارات، تقييمات، وشهادات إنجاز مرحلية.



هيكل التكاليف

- تكلفة المواد الأولية: تتمثل في التجهيزات" السبورة التفاعلية، كاميرات الويب، الحواسيب، المايكروفون...
- تكلفة أجور العاملين: الاساتذة، التقنيون، الإداريين...
- تكلفة التسويق: تغطية نفقات آليات التسويق " الاعلانات، المؤثرين...
- تكلفة الصيانة: وضع خطة لصيانة الأجهزة والمنصة من مخاطر توقف البنية التحتية التقنية.



القيم المقترحة

- تقديم تكوين مهني رقمي متخصص في العلاقات العامة يجمع بين الجانب النظري والمهارات التطبيقية الحديثة.
- سهولة استخدام المنصة.
- تقدم المنصة للطلبة القدرة على مواكبة شرح الاستاذ بخاصية البث المباشر بجودة عالية.
- تقديم فرصة تعليمية مرنة ومفتوحة دون اشتراط الحصول على شهادات أكاديمية مسبقة
- تقديم شهادة رقمية .
- سهولة استخدام المنصة .
- مواكبة التحولات الرقمية التي يعرفها مجال العلاقات العامة بطرق مبتكرة وعملية.

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة محمد خيضر بسكرة
كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية
قسم علوم الاعلام والاتصال وعلم المكتبات
فرع الاعلام والاتصال

السنة الثانية ماستر تخصص اتصال وعلاقات عامة

استبيان البحث

أخي الفاضل.. اختي الفاضلة...

السلام عليكم ورحمة الله تعالى وبركاته

في إطار التحضير لمذكرة التخرج المدرجة ضمن متطلبات الحصول على شهادة الماستر تخصص إتصال و علاقات عامة والقرار الوزاري 1275 حاملي مشاريع المؤسسات الاقتصادية ، وذلك لإعداد مخطط لمشروع منصة الكترونية للتكوين المهني الرقمي في مجال العلاقات العامة. نقدم لكم هذا الاستبيان ونرجوا منكم الإجابة على الأسئلة بدقة للإجابة التي ترونها مناسبة ومع العلم أن هذه المعلومات لن تستخدم إلا لغرض علمي. ونشكركم مسبقا على حسن تعاونكم وتقبلوا منا فائق الإحترام والتقدير.

الأستاذة المشرفة : د/قوراري صونية

الطالبة: بركات عبد الناصر، بربيش ابراهيم

السنة الجامعية: 2024-2025

المحور الأول: معلومات عامة

كم عمرك:

• 18-24 □

• 25-34 □

• 35-44 □

• 45+ □

▪ ما هو مستوى تعليمك الحالي أو الأخير؟

• طالب جامعي في تخصص الاتصال □

• طالب جامعي في تخصص آخر □

• لم أحصل على شهادة البكالوريا □

• موظف مؤسسة □

▪ ما هو متوسط دخلك الشهري التقريبي بالدينار الجزائري؟

• بطل □

• أقل من 20,000 دج □

• 20,000 - 40,000 دج □

• 40,001 - 60,000 دج □

• أكثر من 60,000 دج □

المحور الثاني: الثقافة الرقمية والوصول :

▪ "ما هي الأجهزة الرقمية التي تستخدمها بانتظام للوصول إلى الإنترنت؟

• هاتف نكي □

• حاسوب محمول □

• حاسوب مكتبي □

• جهاز لوحي □

- هل لديك اتصال إنترنت موثوق به في المنزل أو مكان الدراسة/العمل؟ -
- نعم ☐ - لا ☐ - أحياناً ☐

المحور الثالث: جاهزية التعلم عبر الإنترنت

- ما مدى سهولة أو صعوبة البقاء مركزاً على دراستك عبر الإنترنت؟ سهل محايد صعب
- ما هي أهم العوامل التي تحفزك على التعلم عبر الإنترنت؟
- الرغبة في تطوير مهارات وظيفية
- سد الفجوات في المهارات
- المرونة
- سهولة الوصول
- أخرى.....

- ماهي صيغة الدورات التدريبية التي تفضلونها؟
- دورات مسجلة مسبقاً Courses (تتعلم بالسرعة التي تناسبك)
- دورات بث مباشر online (تفاعلية مع المدرب والزملاء في وقت محدد)
- مزيج من الاثنين (جزء مسجل وجزء بث مباشر)

المحور الرابع: احتياجات التكوين في العلاقات العامة

- اين تفضلون الدراسة؟
- في المراكز التكوينية (حضورى)
- في المنصات الإلكترونية (عن بعد)
- هل التكوين المهني اليوم في المستوى المطلوب؟ نعم ☐ لا ☐ الى حد ما ☐
- في ظل الإعتقاد على التكوين الحضورى لمجال العلاقات العامة في الجامعة فقط
- كيف ترون فكرة انشاء منصة للتكوين عن بعد في العلاقات العامة؟
- ممتازة ☐
- جيدة ☐
- مقبولة ☐

▪ في حالة وجود منصة تقدم الخدمات التالية:

- محتوى تعليمي حديث ومبتكر في مجال الاتصال و العلاقات العامة.
- توفير تقنيات حديثة ومناسبة للتكوين وبأساليب علمية متطورة.
- دورات تعليمية مخصصة للأفراد والمؤسسات بأسعار مناسبة.
- ورشات عمل مباشرة لتبادل الخبرات والمهارات مع أساتذة مختصين.
- منح شهادات رقمية معتمدة للأفراد المشتركين.

هل انتم مستعدون للتكوين من خلالها؟

نعم ☐ لا ☐ ممكن ☐

▪ ما هي مجالات العلاقات العامة التي ترغب في تطوير مهاراتك فيها بشكل خاص

· الاتصال الاستراتيجي ☐

· العلاقات الإعلامية ☐

· إدارة الأزمات ☐

· استراتيجيات وسائل التواصل الاجتماعي ☐

· العلاقات العامة الرقمية ☐

· البلاغة و الخطابة ☐

▪ ما هي المهام أو المسؤوليات الرئيسية التي تقوم بها حالياً وتتطلب مهارات اتصال أو علاقات عامة؟"

.....

المحور الخامس الاستعداد للدفع:

▪ ما هو أقصى سعر تكون مستعداً لدفعه مقابل دورة مسجلة مدفوعة في العلاقات العامة؟"

· من 4000 الى 10000 دج ☐

· من 10.000 الى 15.000 دج ☐

· من 16.000 الى 20.000 دج ☐

· اكثر من 20.000 دج ☐

▪ "ما هو أقصى سعر تكون مستعداً لدفعه مقابل دورة مباشرة عبر الإنترنت في العلاقات العامة؟

• من 5000 الى 10000 دج □

• من 10.000 الى 15.000 دج □

• من 16.000 الى 20.000 دج □

• اكثر من 20.000 دج □

▪ "ما هي العوامل التي تؤثر بشكل أكبر على قرارك بدفع ثمن دورة تدريبية عبر الإنترنت؟"

• جودة المحتوى

• سمعة المدرب □

• الحصول على شهادة معترف بها □

• تأثيرها على مسيرتي المهنية □

• السعر مقارنة بالبدائل □

• مرونة الدفع □

من خلال الفكرة المقترحة والتي سيتم إنجازها من فضلكم قدموا لنا بعض الإقتراحات التي ترون أنها تساعد في إثراء هذه الفكرة وتجسيدها على ارض الواقع، وماهي رغباتكم وتفضيلاتكم لكي نضمن نجاح الفكرة نزولاً عند طلباتكم ؟.....

قائمة المصادر والمراجع

الكتب:

- إبراهيم إمام، مبادئ العلاقات العامة الحديثة، دار الفكر العربي، القاهرة، 2012
- بوسنة محمود ، التكوين المهني في الجزائر : تطوره منذ الاستقلال وفاق تنميته و تحسين فعاليته ، معهد علم النفس وعلوم التربية ، جامعة الجامعة
- حسن إسماعيل، إدارة العلاقات العامة الحديثة، دار الفكر، دمشق، 2019
- حسين علي ، التسويق الدليل العملي للإستراتيجيات والخطط التسويقية ، دار الرضا للنشر سوريا ، 2000
- حمود يوسف . مصطفى عبده. مقدمة في العلاقات العامة ، مركز جامعة القاهرة للتعلم المفتوح ، 2007
- سامي النحيلي، الإعلام والعلاقات العامة في المؤسسات المعاصرة، دار النهضة العربية، بيروت، 2016
- سامي عبد العزيز، العلاقات العامة بين النظرية والتطبيق، ط3، دار الفكر العربي، القاهرة، 2011،
- صليحة محمد عشي، جغرافية السياحة في بلدان المغرب العربي - الجزائر - تونس - المغرب، ط1 ، دار وائل للنشر والتوزيع الأردن، سنة 2018
- عبد الحميد عبد العزيز، الوظائف الاتصالية للعلاقات العامة، دار الصفاء، عمان، 2011
- عبد الحميد ناصف، الاتصال والعلاقات العامة، دار العلوم للنشر، 2008،
- عبد السلام أبو قحف، إدارة العلاقات العامة، المكتب العربي الحديث، الإسكندرية، 2011
- عبد الله زكريا الأنصاري، الاتصال الجماهيري والعلاقات العامة، ط2، دار الشروق، القاهرة، 2014
- عبدة صبطي، كلثوم مسعودي، مدخل إلى العلاقات العامة، دار الخلدونية للنشر والتوزيع، القبة القديمة - الجزائر، 2010
- فاطمة زكريا، البحث العلمي في العلاقات العامة، دار الوفاء، الإسكندرية، 2013
- فتيحة، بن عليّة، التكوين المهني وأثره على التنمية المحلية، مجلة اقتصاديات الأعمال، العدد 15، 2021.
- فيردي، ج. م.، العلاقات العامة بين النظرية والتطبيق، ط1، دار المعرفة، بيروت، 2009
- محمد العساف، الأخلاقيات المهنية في العلاقات العامة، المركز العربي للتدريب والنشر، تونس، 2018

- محمد شومان، العلاقات العامة: الأسس العلمية والممارسات التطبيقية، ط2، دار الفكر العربي، القاهرة، 2010،
- محمود جاسم الصميدعي ، ردينة عثمان يوسف ، الأساليب الكمية في التسويق ، دار المناهج الأردن ، 2001
- مصطفى كافي، العلاقات العامة: المفهوم، الأهمية، والأهداف، دار المناهج، عمان، 2014،
- نور الدين زاهي، مدخل إلى أخلاقيات الاتصال والعلاقات العامة، جامعة الجزائر، 2020،
- وردة ميهوب ، العلاقات العامة كآلية لترقية أداء البلدية الجزائرية دراسة ميدانية ببلدية سيدي أمبارك ، جامعة محمد بوضياف - المسيلة ، 2018
- ورغي السيد احمد ، قطاع التكوين المهني في الجزائر بين واقع التعليم التقليدي وتحديات التعليم الالكتروني ، مجلة الشامل للعلوم الاقتصادية والاجتماعية ، 2020
- يسرى دعبس ، الإرشاد السياحي ، دراسات وبحوث في أنتروبولوجيا المتاحف ، الطبعة الأولى ، الملتقى المصري للإبداع و التنمية ، مصر، 2006
- القانون 10-18 المؤرخ في 25 رمضان 1439هـ الموافق لـ 10 جوان 2018، المحدد للقواعد التطبيقية في مجال التمهين
- الرسائل الجامعية:**
- تونسي باديس ، دور العلاقات العامة في تحسين الصورة الذهنية للإدارة الرياضية ، مذكرة ماستر ، جامعة محمد خيضر بسكرة ، 2016
- حماني أمينة ، اثر الاتصالات الالكترونية في استقطاب السياح ، كلية العلوم الاقتصادية و علوم التسيير ، جامعة الجزائر 3 ، 2012 ، ص 187.
- نورة بن حود ، دور الديوان الوطني الجزائري للسياحة في ترقية قطاع السياحة بالجزائر ، كلية الحقوق و العلوم السياسية ، جامعة قاصدي مرباح ورقلة ، 2019 ،

- دلندة نور الهدى ، التحليل الارغونومي للوضعيات التدريبية لدى متربصي التكوين المهني دراسة ميدانية المعهد الوطني المتخصص في التكوين المهني و التمهين سلطان براهيم العالية ، مذكرة ماستر ، جامعة محمد خيضر بسكرة ،2023

- رزيقة لقصير، دور العلاقات العامة في تحسين صورة المؤسسة الاقتصادية ، مذكرة لنيل شهادة الماجستير

المقالات العلمية:

1. سعاد طبعة و عالية بشير ، اهمية السياسة في احداث التغير السوسيو اقتصادي في المجتمع الجزائري ، مجلة حقائق للدراسات النفسية والاجتماعية، العدد6

المواقع الالكترونية:

https://mfp.gov.dz/?page_id=45973

https://mfp.gov.dz/?page_id=45975

https://mfp.gov.dz/?page_id=1341

https://mfp.gov.dz/?page_id=41239

https://mfp.gov.dz/?page_id=2361

https://mfp.gov.dz/?page_id=2361

ثالثا : المراجع باللغة الانجليزية

Cutlip, Center & Broom, Effective Public Relations, 8th ed., Prentice Hall, 2000,

Cutlip, Center & Broom, Effective Public Relations, 9th ed., Prentice Hall, 2006,

Edward L. Robinson, Public Relations Research and Analysis, American Institute of Public Relations, 1984

Frank Jefkins, *Public Relations Techniques*, Butterworth–Heinemann, 2001

Griswold, *Public Relations: A Functional Approach*, Prentice Hall, 1991.

International Public Relations Association (IPRA), Code of Athens, 1965 Canfield & Moore, *Public Relations: Principles and Practices*, McGraw-Hill, 1987,.

Oxford Dictionary of Public Relations, 2005.

Paul Garrett, *Effective Public Relations*, Harper & Row,

Sam Black, *Practical Public Relations*, 5th ed., Pitman Publishing, London, 1995,

الملخص:

رغم التطور الذي يشهده مجال العلاقات العامة عالمياً، والذي أصبح يُعدّ أحد أبرز المهن الاستراتيجية في المؤسسات الحديثة، وعلى الرغم من هذا التحول العالمي إلا أن منظومة التكوين المهني في الجزائر تقتصر إلى هذا التخصص بشكل واضح إذ لا تتضمن برامج التكوين المعتمدة مسارات تدريبية مهيكلة ومتكاملة خاصة بالعلاقات العامة. لذلك فالدراسة التي قمنا بها حول اعداد مخطط أعمال لمنصة الكترونية للتكوين المهني الرقمي في مجال العلاقات العامة هي فكرة جديدة في السوق، جنباً بها للتعريف بأن العلاقات تخصص مهم يعمل على تعزيز جاهزية الموارد البشرية الجزائرية لتلبية متطلبات سوق العمل الاتصالي المعاصر ومواكبة التحولات التكنولوجية المتسارعة.

الكلمات المفتاحية: -العلاقات العامة -التكوين المهني -التعليم عن بعد

Summary:

Despite the development of the field of public relations globally, which has become one of the most strategic professions in modern organizations, and despite this global shift, the vocational training system in Algeria clearly lacks this specialization, as the approved training programs do not include structured and integrated training tracks for public relations. Therefore, our study on preparing a business plan for an online platform for digital vocational training in the field of public relations is a new idea in the market, we brought it to introduce relations as an important discipline that enhances the readiness of Algerian human resources to meet the requirements of the labor market.

Keywords: -Public Relations -Vocational Training -online Education