

الفصل الرابع

عرض ومناقشة النتائج

- مناقشة وتحليل النتائج

الفصل الرابع

مناقشة وتحليل النتائج

عرض ومناقشة نتائج استبيان الخبراء فى مجالات الترويج ، السياحة ، المناهج وطرق التدريس:-

عرض نتائج التساؤل الأول " ما هى أهداف منهج السياحة الترويجية ؟" _

جدول (٩)

النسبة المئوية وقيمة كا^٢ لأهداف منهج السياحة الترويجية تبعاً لآراء الخبراء فى

مجالات الترويج ، السياحة ، المناهج وطرق التدريس ن = ٣٠

الترتيب	رقم العبارة	الأهداف	نعم		لا		كا ^٢
			عدد	النسبة	عدد	النسبة	
أولاً : الأهداف المعرفية :-							
١	٨	يفهم الحقائق والمفاهيم المتصلة بالسياحة الترويجية.	٣٠	%١٠٠	٠	%٠	٣٠,٠٠
٢	٩	يحدد المنشآت السياحية الترويجية .	٣٠	%١٠٠	٠	%٠	٣٠,٠٠
٣	٢	يلم بالمصطلحات والمفاهيم الأساسية الخاصة بالسياحة والحركة السياحية .	٢٩	%٩٧	١	%٣	٢٦,١٣
٤	٣	يدرك العلاقة بين السياحة والترويج .	٢٩	%٩٧	١	%٣	٢٦,١٣
٥	١٠	يعرف الأنشطة الترويجية فى المجال السياحى .	٢٩	%٩٧	١	%٣	٢٦,١٣
٦	١	يعرف تاريخ الحركة السياحية وتطورها .	٢٨	%٩٣	٢	%٧	٢٢,٥٣
٧	١٥	يلم بقواعد البروتوكول وأصول الضيافة .	٢٧	%٩٠	٣	%١٠	١٩,٢٠
٨	٧	يعرف أنماط السياحة وأنواعها .	٢٦	%٨٧	٤	%١٣	١٦,١٣
٩	١٣	يعرف التوزيع الجغرافى للسياحة بجمهورية مصر العربية.	٢٦	%٨٧	٤	%١٣	١٦,١٣
١٠	٤	يستوعب العوامل المؤثرة على الحركة السياحية .	٢٥	%٨٣	٥	%١٧	١٣,٣٣
١١	٦	يدرك مقومات الجذب السياحى والموارد الطبيعية .	٢٥	%٨٣	٥	%١٧	١٣,٣٣
١٢	١١	يحدد مختلف أنواع السائحين وأسس تعاملهم فى البلد المضيف .	٢٤	%٨٠	٦	%٢٠	١٠,٨٠
١٣	٥	يعرف دوافع ومحفزات السياحة .	٢٣	%٧٧	٧	%٢٣	٨,٥٣
١٤	١٢	يعرف أهم الأقاليم السياحية الدولية تصديراً واستقبالاً للسائحين .	٢٣	%٧٧	٧	%٢٣	٨,٥٣
١٥	١٤	يدرك دور الإعلام فى الأنشطة السياحية المختلفة .	٢٣	%٧٧	٧	%٢٣	٨,٥٣

تابع جدول (٩)

النسبة المئوية وقيمة كا^٢ لأهداف منهج السياحة الترويجية تبعاً لآراء الخبراء في

مجالات الترويج ، السياحة ، المناهج وطرق التدريس ن = ٣٠

الترتيب	رقم العبارة	الأهداف	نعم		لا		كا ^٢
			عدد	النسبة	عدد	النسبة	
ثانياً : الأهداف المهارية : _							
١٦	٢٢	ينظم الأنشطة الترويجية السياحية .	٣٠	%١٠٠	٠	%٠	٣٠,٠٠
١٧	٢٣	يؤدي الأنشطة الترويجية المختلفة .	٣٠	%١٠٠	٠	%٠	٣٠,٠٠
١٨	٢١	يخطط البرامج الترويجية فى المنشآت السياحية .	٢٩	%٩٧	١	%٣	٢٦,١٣
١٩	١٦	يجيد قيادة المجموعات والوفود السياحية .	٢٨	%٩٣	٢	%٧	٢٢,٥٣
٢٠	٢٤	يطبق الأسس العامة لآداب اللياقة وحسن الإستقبال.	٢٨	%٩٣	٢	%٧	٢٢,٥٣
٢١	١٩	يطبق مهارات وفنون الإعلام عن الأنشطة والبرامج الترويجية .	٢٧	%٩٠	٣	%١٠	١٩,٢٠
٢٢	٢٥	يجيد التصرف فى الحالات الطارئة .	٢٧	%٩٠	٣	%١٠	١٩,٢٠
٢٣	١٧	يتقن مهارات الإتصال .	٢٦	%٨٧	٤	%١٣	١٦,١٣
٢٤	٢٠	يتقن المهارات اللغوية .	٢٦	%٨٧	٤	%١٣	١٦,١٣
٢٥	١٨	يكتسب فنون وأساليب الإقناع .	٢٤	%٨٠	٦	%٢٠	١٠,٨٠
ثالثاً : الأهداف الإنفعالية : _							
٢٦	٢٦	يقدر على تحمل المسؤولية .	٢٩	%٩٧	١	%٣	٢٦,١٣
٢٧	٣٣	يثق بنفسه وبقدراته .	٢٨	%٩٣	٢	%٧	٢٢,٥٣
٢٨	٣٤	يكتسب القدرة على العزيمة وقوة الإرادة .	٢٧	%٩٠	٣	%١٠	١٩,٢٠
٢٩	٢٨	تنمية القيم الإجتماعية والخلقية .	٢٦	%٨٧	٤	%١٣	١٦,١٣
٣٠	٣٢	يتمكن من ضبط النفس .	٢٦	%٨٧	٤	%١٣	١٦,١٣
٣١	٣٥	يسعى نحو تطوير المستوى .	٢٦	%٨٧	٤	%١٣	١٦,١٣
٣٢	٢٨	تنمية القيم التربوية والجمالية .	٢٥	%٨٣	٥	%١٧	١٣,٣٣
٣٣	٣١	يقدر على تجاوز الفروق الثقافية .	٢٥	%٨٣	٥	%١٧	١٣,٣٣
٣٤	٣٠	يستطيع إستثارة وتحفيز الآخرين .	٢٣	%٧٧	٧	%٢٣	٨,٥٣
٣٥	٢٩	يُقدّر الدور الإقتصادى للسياحة الترويجية .	٢٠	%٦٧	١٠	%٣٣	*٣,٣٣

* غير معنوية

قيمة كا^٢ الجدولية عند ٠,٠٥ = ٣,٨٤

من جدول (٩) وجد الباحث أن الأهداف المعرفية من ١-١٥ تمت الموافقة عليها بدرجة دالة إحصائية بنسبة من ٧٧%_١٠٠% عند مستوى دلالة ٠,٠٥ ، والأهداف المهارية من ١٦-٢٥ تمت الموافقة عليها بدرجة دالة إحصائية بنسبة من ٨٠%_١٠٠% عند مستوى دلالة ٠,٠٥ ، والأهداف الإنفعالية من ٢٦-٣٤ تمت الموافقة عليها بدرجة دالة إحصائية بنسبة من ٧٧%_٩٧% عند مستوى دلالة ٠,٠٥ ، بينما الهدف ٣٥ تمت الموافقة عليه بدرجة غير دالة إحصائية بنسبة ٦٧% عند مستوى دلالة ٠,٠٥ .

ويتضح أن الأهداف المعرفية الأكثر موافقة عليها هي : فهم الحقائق والمفاهيم المتصلة بالسياحة الترويحية ، تحديد المنشآت السياحية الترويحية . وهذه الأهداف تمت الموافقة عليها بنسبة ١٠٠% .

هناك أيضاً مجموعة من الأهداف المعرفية التي تمت الموافقة عليها بنسب عالية تتراوح بين ٨٠%_٩٧% وهي على الترتيب من الأكثر نسبة موافقة إلى الأقل نسبة موافقة : الإلمام بالمصطلحات والمفاهيم الأساسية الخاصة بالسياحة والحركة السياحية ، إدراك العلاقة بين السياحة والترويج ، معرفة الأنشطة الترويحية في المجال السياحي ، معرفة تاريخ الحركة السياحية وتطورها ، الإلمام بقواعد البروتوكول وأصول الضيافة ، معرفة أنماط السياحة وأنواعها ، معرفة التوزيع الجغرافي للسياحة بجمهورية مصر العربية ، إستيعاب العوامل المؤثرة على الحركة السياحية ، إدراك مقومات الجذب السياحي والموارد الطبيعية ، تحديد مختلف أنواع السائحين وأسس تعاملهم في البلد المضيف ..

الأهداف المعرفية الأقل موافقة من الخبراء هي : معرفة دوافع ومحفزات السياحة ، معرفة أهم الأقاليم السياحية الدولية تصديراً واستقبالاً للسائحين ، إدراك دور الإعلام في الأنشطة السياحية المختلفة ، وهذه الأهداف تمت الموافقة عليها بنسبة اقل من ٨٠% وكانت نسبة الموافقة عليها ٧٧% .

يتضح أيضاً أن الأهداف المهارية الأكثر موافقة عليها هي : تنظيم الأنشطة الترويحية السياحية ، تأدية الأنشطة الترويحية المختلفة . وهذه الأهداف تمت الموافقة عليها بنسبة ١٠٠% .

وهناك مجموعة من الأهداف المهارية التي تمت الموافقة عليها بنسب عالية تتراوح بين ٨٠%_٩٧% وهي على الترتيب من الأكثر نسبة موافقة إلى الأقل نسبة موافقة : تخطيط البرامج الترويحية في المنشآت السياحية ، قيادة المجموعات والوفود السياحية ، تطبيق الأسس

العامّة لآداب اللياقة وحسن الإستقبال ، تطبيق مهارات وفنون الإعلام عن الأنشطة والبرامج الترويجية ، إجادّة التصرف فى الحالات الطارئة ، إتقان مهارات الإتصال ، إتقان المهارات اللغوية ، إكتساب فنون وأساليب الإقناع .

يتضح أيضاً أن الأهداف الإنفعالية الأكثر موافقة عليها هى : القدرة على تحمل المسؤولية ، الثقة بالنفس ، إكتساب القدرة على العزيمة وقوة الإرادة . وهذه الأهداف تمت الموافقة عليها بنسب تتراوح بين ٩٠% _ ٩٧% .

وهناك مجموعة من الأهداف الإنفعالية التى تمت الموافقة عليها بنسب عالية تتراوح بين ٧٧% _ ٨٧% وهى على الترتيب من الأكثر نسبة موافقة إلى الأقل نسبة موافقة : تنمية القيم الإجتماعية والخلقية ، التمكن من ضبط النفس ، السعى نحو تطوير المستوى ، تنمية القيم التربوية والجمالية ، القدرة على تجاوز الفروق الثقافية ، القدرة على استثارة تحفيز الآخرين .

مناقشة التساؤل الأول :

من جدول (٩) وبتفسير النتائج الخاصة بإجابات الخبراء فى مجالات الترويج ، السياحة ، المناهج وطرق التدريس يتضح أن هناك ١٥ هدف معرفى ، و ١٠ أهداف مهارية ، و ٩ أهداف إنفعالية بمجموع ٣٤ هدف تمت الموافقة عليها بدرجة دالة إحصائياً نشاط أى ما يعادل ٩٧% من إجمالى الأهداف المعروضة بالاستمارة حيث يتفق أمين الخولى وجمال الشافعى ، عبد اللطيف حيدر وآخرون مع أحمد اللقانى على أن الأهداف هى نقطة الانطلاق لبناء المنهج وهى أول مكوناته وهى الأساس التى تبنى عليها المناهج وتؤثر بدرجة كبيرة فى تنظيم المنهج وتزودنا بموجهات لاختيار طرق التدريس وأساليب التقويم ، ويقصد بالأهداف النواتج التعليمية التى تسعى إلى مساعدة المتعلمين على بلوغ أقصى ما تسمح به قدراتهم . (٢٥١:١٠)، (٥٣:٣٤)، (١٩٩:٤)

ويؤكد كل من مكارم أبو هرجة ومحمد زغلول أن "التحديد السليم للأهداف فى المنهج يؤدى إلى اختيار الخبرات المناسبة لهذه الأهداف ولذا فإن محتوى المنهج يحتل الجزء الأساسى فيه وأداة لتحقيق أهدافه وعلى ذلك لا يمكن فصل أهداف المنهج عن محتواه". (٤٢:٥٤)

تمثل الأهداف العنصر الأول من عناصر المنهج ، إذ كلما تحددت أهداف المنهج بدقة ووضوح ساعد ذلك على اختيار المحتوى والطرق والوسائل التى تعمل على تحقيق هذه الأهداف ، وأن ذلك يساعد على اختيار أساليب ووسائل التقويم التى يمكن بواسطتها معرفة مدى تحقق الأهداف الموضوعية .

والهدف التربوى (هو المحصلة النهائية للعملية التربوية وهو الغاية المبتغاة التى أنشئت من أجلها المؤسسة التعليمية والمصدر الذى يوجه الأنشطة التعليمية المقصودة لتحقيق النتائج المرغوب فيها) وبذلك فإن تحديد الأهداف يمثل نقطة البدء فى عملية بناء المجتمع التعليمى ، لأنها تساعد فى تحديد محتواه ، وفى اختيار أساليب التقويم ووسائله .

ويعد تحديد الأهداف التربوية بصورة واضحة وسليمة وبالاستناد إلى الإمكانيات المادية والبشرية والخطط الاجتماعية والثقافية والسياسية للدولة مسألة فى غاية الأهمية فى تحقيق أكبر قدر ممكن منها مما يؤدي إلى مردودات فعالة للفرد والمجتمع وان هذا التحديد يعد ضرورة ملحة يتم خلالها اختيار المسارات التعليمية الواضحة والمناسبة وتحديد المحتويات واختيار الوسائل والأدوات الملائمة التى تساعد فى تحقيقها وفى تقويم المناهج والطلبة ومعرفة نواحي القوة والضعف فى مراحل المنهج وفقراته ومفرداته جميعها .

عرض ومناقشة نتائج استطلاع رأى الخبراء فى مجالات الترويج ،السياحة ،المناهج وطرق التدريس: _

عرض نتائج التساؤل الثانى " ما هو محتوى منهج السياحة الترويجية ؟ " : _

جدول (١٠)

النسبة المئوية وقيمة كا^٢ لمحتوى منهج السياحة الترويجية تبعاً لآراء الخبراء

فى مجالات الترويج ، السياحة ، المناهج وطرق التدريس ن = ٣٠

الترتيب	رقم العبارة	المحتوى	نعم		لا		كا ^٢
			العدد	النسبة	العدد	النسبة	
١	١	تاريخ الحركة السياحية وتطورها .	٣٠	%١٠٠	٠	%٠	٣٠,٠٠
٢	٣	تعريف السياحة .	٣٠	%١٠٠	٠	%٠	٣٠,٠٠
٣	٨	العلاقة بين الترويج والسياحة .	٣٠	%١٠٠	٠	%٠	٣٠,٠٠
٤	١٢	أنواع وأنماط السياحة .	٣٠	%١٠٠	٠	%٠	٣٠,٠٠
٥	١٣	السياحة الترويجية .	٣٠	%١٠٠	٠	%٠	٣٠,٠٠
٦	١٤	المنشآت السياحية الترويجية (القرى والمنتجعات)	٣٠	%١٠٠	٠	%٠	٣٠,٠٠
٧	١٥	الأنشطة الترويجية السياحية .	٣٠	%١٠٠	٠	%٠	٣٠,٠٠
٨	١٦	رحلات السفارى والسياحة الصحراوية .	٣٠	%١٠٠	٠	%٠	٣٠,٠٠
٩	١٨	البرامج الترويجية السياحية	٣٠	%١٠٠	٠	%٠	٣٠,٠٠
١٠	١٩	المنتج السياحى الترويجى .	٣٠	%١٠٠	٠	%٠	٣٠,٠٠
١١	٢٣	الخصائص الشخصية للرائد الترويجى فى المجال السياحى.	٣٠	%١٠٠	٠	%٠	٣٠,٠٠
١٢	٢٥	قواعد البروتوكول وأصول الضيافة .	٣٠	%١٠٠	٠	%٠	٣٠,٠٠
١٣	٢	تعريف السائح .	٢٩	%٩٧	١	%٣	٢٦,١٣
١٤	٥	أهمية السياحة .	٢٩	%٩٧	١	%٣	٢٦,١٣
١٥	١٠	مقومات الجذب السياحى .	٢٩	%٩٧	١	%٣	٢٦,١٣
١٦	١٧	المهرجانات والفعاليات السياحية الترويجية .	٢٩	%٩٧	١	%٣	٢٦,١٣
١٧	٤	مفهوم السياحة كصناعة .	٢٨	%٩٣	٢	%٧	٢٢,٥٣
١٨	٧	العوامل المؤثرة على الحركة السياحية .	٢٨	%٩٣	٢	%٧	٢٢,٥٣
١٩	١١	الموارد السياحية الطبيعية .	٢٨	%٩٣	٢	%٧	٢٢,٥٣
٢٠	٢٠	الإعلام والإعلان السياحى .	٢٨	%٩٣	٢	%٧	٢٢,٥٣
٢١	٢٧	منظمات السياحة الدولية والإقليمية والمحلية .	٢٨	%٩٣	٢	%٧	٢٢,٥٣
٢٢	٦	الآثار الاقتصادية لصناعة السياحة .	٢٧	%٩٠	٣	%١٠	١٩,٢٠
٢٣	٩	دوافع ومحفزات السياحة .	٢٧	%٩٠	٣	%١٠	١٩,٢٠
٢٤	٢١	دور الإعلام فى الأنشطة السياحية الترويجية .	٢٧	%٩٠	٣	%١٠	١٩,٢٠
٢٥	٢٤	معايير الكفاءة الصحية والبدنية .	٢٧	%٩٠	٣	%١٠	١٩,٢٠
٢٦	٢٦	جغرافيا السياحة المصرية .	٢٧	%٩٠	٣	%١٠	١٩,٢٠
٢٧	٢٢	التسويق السياحى .	٢٦	%٨٧	٤	%١٣	١٦,١٣

* غير معنوية

قيمة كا^٢ الجدولية عند ٠,٠٥ = ٣,٨٤

يتضح من جدول (١٠) أن محتويات المنهج من ١-١٢ تم الموافقة عليها بدرجة دالة إحصائياً بنسبة ١٠٠%، بينما محتويات المنهج من ١٣-٢٧ تم الموافقة عليها بدرجة دالة إحصائياً بنسبة من ٨٧%_٩٧% . وذلك عند مستوى دلالة ٠,٠٥ .

ويتضح أن محتويات المنهج الأكثر موافقة عليها هي : تاريخ الحركة السياحية وتطورها ، تعريف السياحة ، العلاقة بين الترويج والسياحة ، أنواع وأنماط السياحة ، السياحة الترويحية ، المنشآت السياحية الترويحية (القرى والمنتجعات) ، الأنشطة الترويحية السياحية ، رحلات السفارى والسياحة الصحراوية ، البرامج الترويحية السياحية ، المنتج السياحي الترويحي ، الخصائص الشخصية للرائد الترويحي فى المجال السياحي، قواعد البروتوكول وأصول الضيافة . وهذه المحتويات تمت الموافقة عليها بنسبة ١٠٠% .

هناك أيضاً مجموعة من محتويات المنهج التى تمت الموافقة عليها بنسب عالية تتراوح بين ٨٧%_٩٧% وهى على الترتيب من الأكثر نسبة موافقة إلى الأقل نسبة موافقة : تعريف السائح ، أهمية السياحة ، مقومات الجذب السياحي ، المهرجانات والفعاليات السياحية الترويحية ، مفهوم السياحة كصناعة ، العوامل المؤثرة على الحركة السياحية ، الموارد السياحية الطبيعية ، الإعلام والإعلان السياحي ، منظمات السياحة الدولية والإقليمية والمحلية ، الآثار الاقتصادية لصناعة السياحة ، دوافع ومحفزات السياحة ، دور الإعلام فى الأنشطة السياحية الترويحية ، معايير الكفاءة الصحية والبدنية ، جغرافيا السياحة المصرية ، التسويق السياحي .

عرض ومناقشة نتائج استطلاع رأى طلاب شعبة الترويج بكليات التربية الرياضية :
 عرض نتائج التساؤل الثانى " ما هو محتوى منهج السياحة الترويجية ؟ " :
 ١. الطلبة :

جدول (١١)

النسبة المئوية وقيمة كا^٢ لمحتوى منهج السياحة الترويجية تبعاً

لآراء طلاب شعبة الترويج بكليات التربية الرياضية ن = ٣٠٠

الترتيب	رقم العبارة	المحتوى	نعم		لا		كا ^٢
			العدد	النسبة	العدد	النسبة	
١	٢٣	الخصائص الشخصية للرائد الترويجى فى المجال السياحى.	٣٠٠	%١٠٠	٠	%٠	٣٠٠
٢	٥	أهمية السياحة .	٢٨٢	%٩٤	١٨	%٦	٢٣٢,٣٢
٣	١٥	الأنشطة الترويجية السياحية .	٢٨٢	%٩٤	١٨	%٦	٢٣٢,٣٢
٤	١	تاريخ الحركة السياحية وتطورها .	٢٧٦	%٩٢	٢٤	%٨	٢١١,٦٨
٥	٣	تعريف السياحة .	٢٧٦	%٩٢	٢٤	%٨	٢١١,٦٨
٦	١٠	مقومات الجذب السياحى .	٢٧٦	%٩٢	٢٤	%٨	٢١١,٦٨
٧	١٣	السياحة الترويجية .	٢٧٦	%٩٢	٢٤	%٨	٢١١,٦٨
٨	٢٢	التسويق السياحى .	٢٧٦	%٩٢	٢٤	%٨	٢١١,٦٨
٩	٢٦	جغرافيا السياحة المصرية .	٢٧٠	%٩٠	٣٠	%١٠	١٩٢
١٠	٧	العوامل المؤثرة على الحركة السياحية .	٢٦٤	%٨٨	٣٦	%١٢	١٧٣,٢٨
١١	١٤	المنشآت السياحية الترويجية (القرى والمنتجعات).	٢٦٤	%٨٨	٣٦	%١٢	١٧٣,٢٨
١٢	٢١	دور الإعلام فى الأنشطة السياحية الترويجية .	٢٦٤	%٨٨	٣٦	%١٢	١٧٣,٢٨
١٣	٢	تعريف السائح .	٢٥٨	%٨٦	٤٢	%١٤	١٥٥,٥٢
١٤	٢٥	قواعد البروتوكول وأصول الضيافة .	٢٥٨	%٨٦	٤٢	%١٤	١٥٥,٥٢
١٥	٤	مفهوم السياحة كصناعة .	٢٥٢	%٨٤	٤٨	%١٦	١٣٨,٧٢
١٦	٨	العلاقة بين الترويج والسياحة .	٢٥٢	%٨٤	٤٨	%١٦	١٣٨,٧٢
١٧	١٦	رحلات السفارى والسياحة الصحراوية .	٢٥٢	%٨٤	٤٨	%١٦	١٣٨,٧٢
١٨	٢٠	الإعلام والإعلان السياحى .	٢٥٢	%٨٤	٤٨	%١٦	١٣٨,٧٢
١٩	٢٤	معايير الكفاءة الصحية والبدنية .	٢٥٢	%٨٤	٤٨	%١٦	١٣٨,٧٢
٢٠	٢٧	منظمات السياحة الدولية والإقليمية والمحلية .	٢٥٢	%٨٤	٤٨	%١٦	١٣٨,٧٢
٢١	١٢	أنواع وأنماط السياحة .	٢٤٦	%٨٢	٥٤	%١٨	١٢٢,٨٨
٢٢	١١	الموارد السياحية الطبيعية .	٢٤٠	%٨٠	٦٠	%٢٠	١٠٨
٢٣	١٨	البرامج الترويجية السياحية .	٢٤٠	%٨٠	٦٠	%٢٠	١٠٨
٢٤	٦	الآثار الاقتصادية لصناعة السياحة .	٢٢٢	%٧٤	٧٨	%٢٦	٦٩,١٢
٢٥	١٧	المهرجانات والفعاليات السياحية الترويجية .	٢٢٢	%٧٤	٧٨	%٢٦	٦٩,١٢
٢٦	١٩	المنتج السياحى الترويجى .	٢٢٢	%٧٤	٧٨	%٢٦	٦٩,١٢
٢٧	٩	دوافع ومحفزات السياحة .	٢١٠	%٧٠	٩٠	%٣٠	٤٨

* غير معنوية

قيمة كا^٢ الجدولية عند ٠,٠٥ = ٣,٨٤

يتضح من جدول (١١) أن محتويات المنهج من ٩-١ تم الموافقة عليها بدرجة دالة إحصائياً بنسبة من ٩٠%_١٠٠% ، بينما محتويات المنهج من ٢٣-١٠ تم الموافقة عليها بدرجة دالة إحصائياً بنسبة من ٨٠%_٨٨% ، والمحتويات من ٢٤-٢٧ تم الموافقة عليها بدرجة دالة إحصائياً بنسبة من ٧٠%_٧٤% . وذلك عند مستوى دلالة ٠,٠٥ .

ويتضح أن محتويات المنهج الأكثر موافقة عليها هى : الخصائص الشخصية للرائد الترويجى فى المجال السياحى ، أهمية السياحة ، الأنشطة الترويجية السياحية ، تاريخ الحركة السياحية وتطورها ، تعريف السياحة ، مقومات الجذب السياحى ، السياحة الترويجية ، التسويق السياحى ، جغرافيا السياحة المصرية . وهذه المحتويات تمت الموافقة عليها بنسبة تتراوح بين ٩٠%_١٠٠% .

هناك أيضاً مجموعة من محتويات المنهج التى تمت الموافقة عليها بنسب عالية تتراوح بين ٨٠%_٨٨% وهى على الترتيب من الأكثر نسبة موافقة إلى الأقل نسبة موافقة : العوامل المؤثرة على الحركة السياحية ، المنشآت السياحية الترويجية (القرى والمنتجعات) ، دور الإعلام فى الأنشطة السياحية الترويجية ، تعريف السائح ، قواعد البروتوكول وأصول الضيافة ، مفهوم السياحة كصناعة ، العلاقة بين الترويج والسياحة ، رحلات السفارى والسياحة الصحراوية ، الإعلام والإعلان السياحى ، معايير الكفاءة الصحية والبدنية ، منظمات السياحة الدولية والإقليمية والمحلية ، أنواع وأنماط السياحة ، الموارد السياحية الطبيعية ، البرامج الترويجية السياحية .

يتضح أيضاً أن هناك مجموعة من المحتويات تمت الموافقة عليها بنسب قليلة نسبياً تتراوح بين ٧٠%_٧٤% وهى على الترتيب من الأكثر نسبة موافقة إلى الأقل نسبة موافقة: الآثار الاقتصادية لصناعة السياحة ، المهرجانات والفعاليات السياحية الترويجية ، المنتج السياحى الترويجى ، دوافع ومحفزات السياحة .

جدول (١٢)

النسبة المئوية وقيمة كا^٢ لمحتوى منهج السياحة الترويجية تبعاً

لآراء طالبات شعبة الترويج بكليات التربية الرياضية ن = ١٢٣

الترتيب	رقم العبارة	المحتوى	نعم		لا		كا ^٢
			النسبة	العدد	النسبة	العدد	
١	٣	تعريف السياحة .	٩٨%	١٢٠	٢%	٣	١١١,٢٩
٢	٧	العوامل المؤثرة على الحركة السياحية .	٩٨%	١٢٠	٢%	٣	١١١,٢٩
٣	٢	تعريف السائح .	٩٥%	١١٧	٥%	٦	١٠٠,١٧
٤	٨	العلاقة بين الترويج والسياحة .	٩٣%	١١٤	٧%	٩	٨٩,٦٣
٥	١	تاريخ الحركة السياحية وتطورها .	٩٠%	١١١	١٠%	١٢	٧٩,٦٨
٦	٦	الآثار الاقتصادية لصناعة السياحة .	٩٠%	١١١	١٠%	١٢	٧٩,٦٨
٧	٩	دوافع ومحفزات السياحة .	٩٠%	١١١	١٠%	١٢	٧٩,٦٨
٨	١٨	البرامج الترويجية السياحية .	٩٠%	١١١	١٠%	١٢	٧٩,٦٨
٩	٢٣	الخصائص الشخصية للرائد الترويجى فى المجال السياحى.	٩٠%	١١١	١٠%	١٢	٧٩,٦٨
١٠	٥	أهمية السياحة .	٨٨%	١٠٨	١٢%	١٥	٧٠,٣٢
١١	١٢	أنواع وأنماط السياحة .	٨٨%	١٠٨	١٢%	١٥	٧٠,٣٢
١٢	١٥	الأنشطة الترويجية السياحية .	٨٨%	١٠٨	١٢%	١٥	٧٠,٣٢
١٣	١٠	مقومات الجذب السياحى .	٨٥%	١٠٥	١٥%	١٨	٦١,٥٤
١٤	١٣	السياحة الترويجية .	٨٥%	١٠٥	١٥%	١٨	٦١,٥٤
١٥	٢٢	التسويق السياحى .	٨٥%	١٠٥	١٥%	١٨	٦١,٥٤
١٦	١١	الموارد السياحية الطبيعية .	٨٣%	١٠٢	١٧%	٢١	٥٣,٣٤
١٧	٤	مفهوم السياحة كصناعة .	٧٨%	٩٦	٢٢%	٢٧	٣٨,٧١
١٨	١٤	المنشآت السياحية الترويجية (القرى والمنتجات).	٧٨%	٩٦	٢٢%	٢٧	٣٨,٧١
١٩	١٧	المهرجانات والفعاليات السياحية الترويجية .	٧٨%	٩٦	٢٢%	٢٧	٣٨,٧١
٢٠	١٩	المنتج السياحى الترويجى .	٧٨%	٩٦	٢٢%	٢٧	٣٨,٧١
٢١	٢٠	الإعلام والإعلان السياحى .	٧٨%	٩٦	٢٢%	٢٧	٣٨,٧١
٢٢	٢١	دور الإعلام فى الأنشطة السياحية الترويجية .	٧٨%	٩٦	٢٢%	٢٧	٣٨,٧١
٢٣	٢٤	معايير الكفاءة الصحية والبدنية .	٧٨%	٩٦	٢٢%	٢٧	٣٨,٧١
٢٤	٢٥	قواعد البروتوكول وأصول الضيافة .	٧٨%	٩٦	٢٢%	٢٧	٣٨,٧١
٢٥	٢٧	منظمات السياحة الدولية والإقليمية والمحلية .	٧٦%	٩٣	٢٤%	٣٠	٣٢,٢٧
٢٦	٢٦	جغرافيا السياحة المصرية .	٧٣%	٩٠	٢٧%	٣٣	٢٦,٤١
٢٧	١٦	رحلات السفارى والسياحة الصحراوية .	٧١%	٨٧	٢٩%	٣٦	٢١,١٥

* غير معنوية

قيمة كا^٢ الجدولية عند ٠,٠٥ = ٣,٨٤

يتضح من جدول (١٢) أن محتويات المنهج من ٩-١ تم الموافقة عليها بدرجة دالة إحصائياً بنسبة من ٩٠%_٩٨% ، بينما محتويات المنهج من ١٠-١٦ تم الموافقة عليها بدرجة دالة إحصائياً بنسبة من ٨٣%_٨٨% ، والمحتويات من ١٧-٢٧ تم الموافقة عليها بدرجة دالة إحصائياً بنسبة من ٧١%_٧٨% . وذلك عند مستوى دلالة ٠,٠٥ .

ويتضح أن محتويات المنهج الأكثر موافقة عليها هى : تعريف السياحة ، العوامل المؤثرة على الحركة السياحية ، تعريف السائح ، العلاقة بين الترويج والسياحة ، تاريخ الحركة السياحية وتطورها ، الآثار الاقتصادية لصناعة السياحة ، دوافع ومحفزات السياحة ، البرامج الترويجية السياحية ، الخصائص الشخصية للرائد الترويجى فى المجال السياحى . وهذه المحتويات تمت الموافقة عليها بنسبة تتراوح بين ٩٠%_٩٨% .

هناك أيضاً مجموعة من محتويات المنهج التى تمت الموافقة عليها بنسب عالية تتراوح بين ٨٣%_٨٨% وهى على الترتيب من الأكثر نسبة موافقة إلى الأقل نسبة موافقة : أهمية السياحة ، أنواع وأنماط السياحة ، الأنشطة الترويجية السياحية ، مقومات الجذب السياحى ، السياحة الترويجية ، التسويق السياحى ، الموارد السياحية الطبيعية .

يتضح أيضاً أن هناك مجموعة من المحتويات تمت الموافقة عليها بنسب قليلة نسبياً تتراوح بين ٧١%_٧٨% وهى على الترتيب من الأكثر نسبة موافقة إلى الأقل نسبة موافقة : مفهوم السياحة كصناعة ، المنشآت السياحية الترويجية (القرى والمنتجعات) ، المهرجانات والفعاليات السياحية الترويجية ، المنتج السياحى الترويجى ، الإعلام والإعلان السياحى ، دور الإعلام فى الأنشطة السياحية الترويجية ، معايير الكفاءة الصحية والبدنية ، قواعد البروتوكول وأصول الضيافة ، منظمات السياحة الدولية والإقليمية والمحلية ، جغرافيا السياحة المصرية ، رحلات السفارى والسياحة الصحراوية .

٣. الفرق بين الطلبة والطالبات فى درجة الموافقة على محتوى منهج السياحة الترويجية

جدول (١٣)

الفرق بين الطلبة والطالبات فى درجة الموافقة على

محتوى منهج السياحة الترويجية

م	المحتوى	نسبة الموافقة			
		الطلبة		الطالبات	
		عدد	نسبة	عدد	نسبة
Z					
1	تاريخ الحركة السياحية وتطورها .	٢٧٦	%٩٢	١١١	%٩٠
2	تعريف السائح .	٢٥٨	%٨٦	١١٧	%٩٥
3	تعريف السياحة .	٢٧٦	%٩٢	١٢٠	%٩٨
4	مفهوم السياحة كصناعة .	٢٥٢	%٨٤	٩٦	%٧٨
5	أهمية السياحة .	٢٨٢	%٩٤	١٠٨	%٨٨
6	الآثار الاقتصادية لصناعة السياحة .	٢٢٢	%٧٤	١١١	%٩٠
7	العوامل المؤثرة على الحركة السياحية .	٢٦٤	%٨٨	١٢٠	%٩٨
8	العلاقة بين الترويج والسياحة .	٢٥٢	%٨٤	١١٤	%٩٣
9	دوافع ومحفزات السياحة .	٢١٠	%٧٠	١١١	%٩٠
10	مقومات الجذب السياحى .	٢٧٦	%٩٢	١٠٥	%٨٥
١1	الموارد السياحية الطبيعية .	٢٤٠	%٨٠	١٠٢	%٨٣
12	أنواع وأنماط السياحة .	٢٤٦	%٨٢	١٠٨	%٨٨
13	السياحة الترويجية .	٢٧٦	%٩٢	١٠٥	%٨٥
14	المنشآت السياحية الترويجية (القرى والمنتجعات) .	٢٦٤	%٨٨	٩٦	%٧٨
15	الأنشطة الترويجية السياحية .	٢٨٢	%٩٤	١٠٨	%٨٨
16	رحلات السفارى والسياحة الصحراوية .	٢٥٢	%٨٤	٨٧	%٧١
17	المهرجانات والفعاليات السياحية الترويجية .	٢٢٢	%٧٤	٩٦	%٧٨
18	البرامج الترويجية السياحية .	٢٤٠	%٨٠	١١١	%٩٠
19	المنتج السياحى الترويجى .	٢٢٢	%٧٤	٩٦	%٧٨
20	الإعلام والإعلان السياحى .	٢٥٢	%٨٤	٩٦	%٧٨
21	دور الإعلام فى الأنشطة السياحية الترويجية .	٢٦٤	%٨٨	٩٦	%٧٨
22	التسويق السياحى .	٢٧٦	%٩٢	١٠٥	%٨٥
23	الخصائص الشخصية للرائد الترويجى فى المجال السياحى	٣٠٠	%١٠٠	١١١	%٩٠
24	معايير الكفاءة الصحية والبدنية .	٢٥٢	%٨٤	٩٦	%٧٨
25	قواعد البروتوكول وأصول الضيافة .	٢٥٨	%٨٦	٩٦	%٧٨
26	جغرافيا السياحة المصرية .	٢٧٠	%٩٠	٩٠	%٧٣
٢٧	منظمات السياحة الدولية والإقليمية والمحلية .	٢٥٢	%٨٤	٩٣	%٧٦

قيمة Z الجدولية عند ٠,٠٥ = ١,٩٦

يتضح من جدول (١٣) أنه يوجد عدد ٩ محتويات من ضمن محتويات المنهج وافق عليها الطلبة وهى المحتويات التى تجاوزت نسبة الموافقة عليها ٩٠% من عينة الطلبة وهى: الخصائص الشخصية للرائد الترويجى فى المجال السياحى ، أهمية السياحة ، الأنشطة الترويجية السياحية ، تاريخ الحركة السياحية وتطورها ، تعريف السياحة ، مقومات الجذب السياحى ، السياحة الترويجية ، التسويق السياحى ، جغرافيا السياحة المصرية . وهذه المحتويات تمت موافقة الطلبة عليها بنسبة تتراوح بين ٩٠%-١٠٠% .

يتضح أيضاً أن محتويات المنهج الأكثر موافقة عليها من قبل الطالبات هى : تعريف السياحة ، العوامل المؤثرة على الحركة السياحية ، تعريف السائح ، العلاقة بين الترويج والسياحة ، تاريخ الحركة السياحية وتطورها ، الآثار الاقتصادية لصناعة السياحة ، دوافع ومحفزات السياحة ، البرامج الترويجية السياحية ، الخصائص الشخصية للرائد الترويجى فى المجال السياحى . وهذه المحتويات تمت موافقة الطالبات عليها بنسبة تتراوح بين ٩٠%-٩٨% .

٤. محتوى منهج السياحة الترويجية تبعاً لآراء طلبة وطالبات شعبة الترويج بكليات التربية الرياضية:

جدول (١٤)

النسبة المئوية وقيمة كا^٢ لمحتوى منهج السياحة الترويجية تبعاً

لآراء طلاب شعبة الترويج بكليات التربية الرياضية ن = ٢٣٤

الترتيب	رقم العبارة	المحتوى	نعم		لا		كا ^٢
			العدد	النسبة	العدد	النسبة	
١	٢٣	الخصائص الشخصية للرائد الترويجي فى المجال السياحى .	٤١١	%٩٧	١٢	%٣	٣٧٦,٣٦
٢	٣	تعريف السياحة .	٣٩٦	%٩٤	٢٧	%٦	٣٢١,٨٩
٣	٥	أهمية السياحة .	٣٩٠	%٩٢	٣٣	%٨	٣٠١,٣٠
٤	١٥	الأنشطة الترويجية السياحية .	٣٩٠	%٩٢	٣٣	%٨	٣٠١,٣٠
٥	١	تاريخ الحركة السياحية وتطورها .	٣٨٧	%٩١	٣٦	%٩	٢٩١,٢٦
٦	٧	العوامل المؤثرة على الحركة السياحية .	٣٨٤	%٩١	٣٩	%٩	٢٨١,٣٨
٧	١٠	مقومات الجذب السياحى .	٣٨١	%٩٠	٤٢	%١٠	٢٧١,٦٨
٨	١٣	السياحة الترويجية .	٣٨١	%٩٠	٤٢	%١٠	٢٧١,٦٨
٩	٢٢	التسويق السياحى .	٣٨١	%٩٠	٤٢	%١٠	٢٧١,٦٨
١٠	٢	تعريف السائح .	٣٧٥	%٨٩	٤٨	%١١	٢٥٢,٧٩
١١	٨	العلاقة بين الترويج والسياحة .	٣٦٦	%٨٧	٥٧	%١٣	٢٢٥,٧٢
١٢	١٤	المنشآت السياحية الترويجية (القرى والمنتجعات).	٣٦٠	%٨٥	٦٣	%١٥	٢٠٨,٥٣
١٣	٢١	دور الإعلام فى الأنشطة السياحية الترويجية .	٣٦٠	%٨٥	٦٣	%١٥	٢٠٨,٥٣
١٤	٢٦	جغرافيا السياحة المصرية .	٣٦٠	%٨٥	٦٣	%١٥	٢٠٨,٥٣
١٥	١٢	أنواع وأنماط السياحة .	٣٥٤	%٨٤	٦٩	%١٦	١٩٢,٠٢
١٦	٢٥	قواعد البروتوكول وأصول الضيافة .	٣٥٤	%٨٤	٦٩	%١٦	١٩٢,٠٢
١٧	١٨	البرامج الترويجية السياحية .	٣٥١	%٨٣	٧٢	%١٧	١٨٤,٠٢
١٨	٤	مفهوم السياحة كصناعة .	٣٤٨	%٨٢	٧٥	%١٨	١٧٦,١٩
١٩	٢٠	الإعلام والإعلان السياحى .	٣٤٨	%٨٢	٧٥	%١٨	١٧٦,١٩
٢٠	٢٤	معايير الكفاءة الصحية والبدنية .	٣٤٨	%٨٢	٧٥	%١٨	١٧٦,١٩
٢١	٢٧	منظمات السياحة الدولية والإقليمية والمحلية .	٣٤٥	%٨٢	٧٨	%١٨	١٦٨,٥٣
٢٢	١١	الموارد السياحية الطبيعية .	٣٤٢	%٨١	٨١	%١٩	١٦١,٠٤
٢٣	١٦	رحلات السفارى والسياحة الصحراوية .	٣٣٩	%٨٠	٨٤	%٢٠	١٥٣,٧٢
٢٤	٦	الآثار الأقتصادية لصناعة السياحة .	٣٣٣	%٧٩	٩٠	%٢١	١٣٩,٦٠
٢٥	٩	دوافع ومحفزات السياحة .	٣٢١	%٧٦	١٠٢	%٢٤	١١٣,٣٨
٢٦	١٧	المهرجانات والفعاليات السياحية الترويجية .	٣١٨	%٧٥	١٠٥	%٢٥	١٠٧,٢٦
٢٧	١٩	المنتج السياحى الترويجى .	٣١٨	%٧٥	١٠٥	%٢٥	١٠٧,٢٦

* غير معنوية

قيمة كا^٢ الجدولية عند ٠,٠٥ = ٣,٨٤

يتضح من جدول (١٤) أن محتويات المنهج من ١-٩ تم الموافقة عليها بدرجة دالة إحصائياً بنسبة من ٩٠%_٩٧% ، بينما محتويات المنهج من ١٠-٢٣ تم الموافقة عليها بدرجة دالة إحصائياً بنسبة من ٨٠%_٨٩% ، والمحتويات من ٢٤-٢٧ تم الموافقة عليها بدرجة دالة إحصائياً بنسبة من ٧٥%_٧٩% . وذلك عند مستوى دلالة ٠,٠٥ .

يتضح أيضاً من جدول (١٤) أنه يوجد عدد ٩ محتويات من ضمن محتويات المنهج وافق عليها الطلبة والطالبات وهي المحتويات التي تجاوزت نسبة الموافقة عليها ٩٠% من عينة الطلاب وهي : الخصائص الشخصية للرائد الترويجي في المجال السياحي ، تعريف السياحة ، أهمية السياحة ، الأنشطة الترويجية السياحية ، تاريخ الحركة السياحية وتطورها ، العوامل المؤثرة على الحركة السياحية ، مقومات الجذب السياحي ، السياحة الترويجية ، التسويق السياحي . وهذه المحتويات تمت موافقة الطلاب عليها بنسبة تتراوح بين ٩٠%_٩٧% .

يتضح أيضاً أن محتويات المنهج الأكثر موافقة عليها من قبل الطلبة والطالبات هي : تعريف السائح ، العلاقة بين الترويج والسياحة ، المنشآت السياحية الترويجية (القرى والمنتجعات)، دور الإعلام في الأنشطة السياحية الترويجية ، جغرافيا السياحة المصرية ، أنواع وأنماط السياحة ، قواعد البروتوكول وأصول الضيافة ، البرامج الترويجية السياحية ، مفهوم السياحة كصناعة ، الإعلام والإعلان السياحي ، معايير الكفاءة الصحية والبدنية ، منظمات السياحة الدولية والإقليمية والمحلية ، الموارد السياحية الطبيعية ، رحلات السفاري والسياحة الصحراوية . وهذه المحتويات تمت موافقة الطالبات عليها بنسبة تتراوح بين ٩٠%_٩٨% .

يتضح أيضاً أن هناك مجموعة من المحتويات تمت الموافقة عليها بنسب قليلة نسبياً تتراوح بين ٧٥%_٧٩% وهي على الترتيب من الأكثر نسبة موافقة إلى الأقل نسبة موافقة : الآثار الاقتصادية لصناعة السياحة ، دوافع ومحفزات السياحة ، المهرجانات والفعاليات السياحية الترويجية ، المنتج السياحي الترويجي .

جدول (١٥)

الفرق بين نسبة موافقة الخبراء ونسبة موافقة الطلاب
على محتوى منهج السياحة الترويجية

م	المحتوى	نسبة موافقة الخبراء		نسبة موافقة الطلاب		Z
		عدد	النسبة	عدد	النسبة	
١	تاريخ الحركة السياحية وتطورها .	٣٠	%١٠٠	٣٨٧	%٩١	31.260
٢	تعريف السائح .	٢٩	%٩٧	٣٧٥	%٨٩	21.201
٣	تعريف السياحة .	٣٠	%١٠٠	٣٩٦	%٩٤	30.932
٤	مفهوم السياحة كصناعة .	٢٨	%٩٣	٣٤٨	%٨٢	18.604
٥	أهمية السياحة .	٢٩	%٩٧	٣٩٠	%٩٢	16.737
٦	الآثار الاقتصادية لصناعة السياحة .	٢٧	%٩٠	٣٣٣	%٧٩	15.453
٧	العوامل المؤثرة على الحركة السياحية .	٢٨	%٩٣	٣٨٤	%٩١	7.723
٨	العلاقة بين الترويج والسياحة .	٣٠	%١٠٠	٣٦٦	%٨٧	32.063
٩	دوافع ومحفزات السياحة .	٢٧	%٩٠	٣٢١	%٧٦	17.404
١٠	مقومات الجذب السياحي .	٢٩	%٩٧	٣٨١	%٩٠	19.742
١١	الموارد السياحية الطبيعية .	٢٨	%٩٣	٣٤٢	%٨١	19.622
١٢	أنواع وأنماط السياحة .	٣٠	%١٠٠	٣٥٤	%٨٤	32.547
١٣	السياحة الترويجية .	٣٠	%١٠٠	٣٨١	%٩٠	31.484
١٤	المنشآت السياحية الترويجية (القرى والمنتجعات) .	٣٠	%١٠٠	٣٦٠	%٨٥	32.303
١٥	الأنشطة الترويجية السياحية .	٣٠	%١٠٠	٣٩٠	%٩٢	31.149
١٦	رحلات السفاري والسياحة الصحراوية .	٣٠	%١٠٠	٣٣٩	%٨٠	33.179
١٧	المهرجانات والفعاليات السياحية الترويجية .	٢٩	%٩٧	٣١٨	%٧٥	28.269
١٨	البرامج الترويجية السياحية	٣٠	%١٠٠	٣٥١	%٨٣	32.671
١٩	المنتج السياحي الترويجي .	٣٠	%١٠٠	٣١٨	%٧٥	34.118
٢٠	الإعلام والإعلان السياحي .	٢٨	%٩٣	٣٤٨	%٨٢	18.604
٢١	دور الإعلام فى الأنشطة السياحية الترويجية .	٢٧	%٩٠	٣٦٠	%٨٥	9.137
٢٢	التسويق السياحي .	٢٦	%٨٧	٣٨١	%٩٠	-8.615
٢٣	الخصائص الشخصية للرائد الترويجي فى المجال السياحي.	٣٠	%١٠٠	٤١١	%٩٧	30.405
٢٤	معايير الكفاءة الصحية والبدنية .	٢٧	%٩٠	٣٤٨	%٨٢	12.393
٢٥	قواعد البروتوكول وأصول الضيافة .	٣٠	%١٠٠	٣٥٤	%٨٤	32.547
٢٦	جغرافيا السياحة المصرية .	٢٧	%٩٠	٣٦٠	%٨٥	9.137
٢٧	منظمات السياحة الدولية والإقليمية والمحلية .	٢٨	%٩٣	٣٤٥	%٨٢	19.127

قيمة Z الجدولية عند ٠,٠٥ = ١,٩٦

يتضح من جدول (١٥) أنه يوجد عدد ١٤ مفردة من ضمن محتويات المنهج وافق عليها الطلبة والطالبات وهذه المحتويات تمت الموافقة عليها بنسبة تجاوزت ٨٥% من عينة الطلاب ككل (طلبة ، طالبات) .

من جدول (١٥) وبتفسير النتائج الخاصة بإجابات الخبراء فى مجالات الترويج ، السياحة ، المناهج وطرق التدريس وجد الباحث أن هناك عدد ٢٧ مفردة من ضمن محتويات المنهج وافق عليها الخبراء وهذه المحتويات تمت الموافقة عليها بنسبة تجاوزت ٨٥ % .

مناقشة التساؤل الثانى :

من جدول (١٠) وبتفسير النتائج الخاصة بإجابات الخبراء فى مجالات الترويج ، السياحة ، المناهج وطرق التدريس يتضح أن محتويات المنهج من ١-١٢ تم الموافقة عليها بدرجة دالة إحصائياً بنسبة ١٠٠%، بينما محتويات المنهج من ١٣-٢٧ تم الموافقة عليها بدرجة دالة إحصائياً بنسبة من ٨٧%-٩٧% . وذلك عند مستوى دلالة ٠,٠٥ .

كما يتضح أن محتويات المنهج الأكثر موافقة عليها هى : تاريخ الحركة السياحية وتطورها ، تعريف السياحة ، العلاقة بين الترويج والسياحة ، أنواع وأنماط السياحة ، السياحة الترويحية ، المنشآت السياحية الترويحية (القرى والمنتجعات) ، الأنشطة الترويحية السياحية ، رحلات السفارى والسياحة الصحراوية ، البرامج الترويحية السياحية ، المنتج السياحى الترويحي ، الخصائص الشخصية للرائد الترويحي فى المجال السياحى، قواعد البروتوكول وأصول الضيافة . وهذه المحتويات تمت الموافقة عليها بنسبة ١٠٠% .

هناك أيضاً مجموعة من محتويات المنهج التى تمت الموافقة عليها بنسب عالية تتراوح بين ٨٧%-٩٧% وهى على الترتيب من الأكثر نسبة موافقة إلى الأقل نسبة موافقة : تعريف السائح ، أهمية السياحة ، مقومات الجذب السياحى ، المهرجانات والفعاليات السياحية الترويحية ، مفهوم السياحة كصناعة ، العوامل المؤثرة على الحركة السياحية ، الموارد السياحية الطبيعية ، الإعلام والإعلان السياحى ، منظمات السياحة الدولية والإقليمية والمحلية ، الآثار الاقتصادية لصناعة السياحة ، دوافع ومحفزات السياحة ، دور الإعلام فى الأنشطة السياحية الترويحية ، معايير الكفاءة الصحية والبدنية ، جغرافيا السياحة المصرية ، التسويق السياحى .

من جدول (١١) وبتفسير النتائج الخاصة بإجابات طلبة شعبة الترويج وجد الباحث أن محتويات المنهج من ١-٩ تمت الموافقة عليها بدرجة دالة إحصائياً بنسبة من ٩٠%-١٠٠% ، بينما محتويات المنهج من ١٠-٢٣ تم الموافقة عليها بدرجة دالة إحصائياً

بنسبة من ٨٠%_٨٨% ، والمحتويات من ٢٤-٢٧ تم الموافقة عليها بدرجة دالة إحصائياً بنسبة من ٧٠%_٧٤% . وذلك عند مستوى دلالة ٠,٠٥ .

ويتضح أن محتويات المنهج الأكثر موافقة عليها هي : الخصائص الشخصية للرائد الترويحي فى المجال السياحي ، أهمية السياحة ، الأنشطة الترويحية السياحية ، تاريخ الحركة السياحية وتطورها ، تعريف السياحة ، مقومات الجذب السياحي ، السياحة الترويحية ، التسويق السياحي ، جغرافيا السياحة المصرية . وهذه المحتويات تمت الموافقة عليها بنسبة تتراوح بين ٩٠%_١٠٠% .

هناك أيضاً مجموعة من محتويات المنهج التى تمت الموافقة عليها بنسب عالية تتراوح بين ٨٠%_٨٨% وهى على الترتيب من الأكثر نسبة موافقة إلى الأقل نسبة موافقة : العوامل المؤثرة على الحركة السياحية ، المنشآت السياحية الترويحية (القرى والمنتجعات) ، دور الإعلام فى الأنشطة السياحية الترويحية ، تعريف السائح ، قواعد البروتوكول وأصول الضيافة ، مفهوم السياحة كصناعة ، العلاقة بين الترويج والسياحة ، رحلات السفارى والسياحة الصحراوية ، الإعلام والإعلان السياحي ، معايير الكفاءة الصحية والبدنية ، منظمات السياحة الدولية والإقليمية والمحلية ، أنواع وأنماط السياحة ، الموارد السياحية الطبيعية ، البرامج الترويحية السياحية .

يتضح أيضاً أن هناك مجموعة من المحتويات تمت الموافقة عليها بنسب قليلة نسبياً تتراوح بين ٧٠%_٧٤% وهى على الترتيب من الأكثر نسبة موافقة إلى الأقل نسبة موافقة : الآثار الاقتصادية لصناعة السياحة ، المهرجانات والفعاليات السياحية الترويحية ، المنتج السياحي الترويحي ، دوافع ومحفزات السياحة .

• من جدول (١٢) ويتفسير النتائج الخاصة بإجابات طالبات شعبة الترويج وجد الباحث أن محتويات المنهج من ١-٩ تم الموافقة عليها بدرجة دالة إحصائياً بنسبة من ٩٠%_٩٨% ، بينما محتويات المنهج من ١٠-١٦ تم الموافقة عليها بدرجة دالة إحصائياً بنسبة من ٨٣%_٨٨% ، والمحتويات من ١٧-٢٧ تم الموافقة عليها بدرجة دالة إحصائياً بنسبة من ٧١%_٧٨% . وذلك عند مستوى دلالة ٠,٠٥ .

ويتضح أن محتويات المنهج الأكثر موافقة عليها هي : تعريف السياحة ، العوامل المؤثرة على الحركة السياحية ، تعريف السائح ، العلاقة بين الترويج والسياحة ، تاريخ الحركة السياحية وتطورها ، الآثار الاقتصادية لصناعة السياحة ، دوافع ومحفزات السياحة ، البرامج

الترويجية السياحية ، الخصائص الشخصية للرائد الترويجى فى المجال السياحى . وهذه المحتويات تمت الموافقة عليها بنسبة تتراوح بين ٩٠% _ ٩٨% .

هناك أيضاً مجموعة من محتويات المنهج التى تمت الموافقة عليها بنسب عالية تتراوح بين ٨٣% _ ٨٨% وهى على الترتيب من الأكثر نسبة موافقة إلى الأقل نسبة موافقة : أهمية السياحة ، أنواع وأنماط السياحة ، الأنشطة الترويجية السياحية ، مقومات الجذب السياحى ، السياحة الترويجية ، التسويق السياحى ، الموارد السياحية الطبيعية .

يتضح أيضاً أن هناك مجموعة من المحتويات تمت الموافقة عليها بنسب قليلة نسبياً تتراوح بين ٧١% _ ٧٨% وهى على الترتيب من الأكثر نسبة موافقة إلى الأقل نسبة موافقة : مفهوم السياحة كصناعة ، المنشآت السياحية الترويجية (القرى والمنتجعات) ، المهرجانات والفعاليات السياحية الترويجية ، المنتج السياحى الترويجى ، الإعلام والإعلان السياحى ، دور الإعلام فى الأنشطة السياحية الترويجية ، معايير الكفاءة الصحية والبدنية ، قواعد البروتوكول وأصول الضيافة ، منظمات السياحة الدولية والإقليمية والمحلية ، جغرافيا السياحة المصرية ، رحلات السفارى والسياحة الصحراوية .

من جدول (١٤) وبتفسير النتائج الخاصة بإجابات طلبة وطالبات شعبة الترويج بكليات التربية الرياضية وجد الباحث أن محتويات المنهج من ١-٩ تم الموافقة عليها بدرجة دالة إحصائياً بنسبة من ٩٠% _ ٩٧% ، بينما محتويات المنهج من ١٠-٢٣ تم الموافقة عليها بدرجة دالة إحصائياً بنسبة من ٨٠% _ ٨٩% ، والمحتويات من ٢٤-٢٧ تم الموافقة عليها بدرجة دالة إحصائياً بنسبة من ٧٥% _ ٧٩% . وذلك عند مستوى دلالة ٠,٠٥ .

يتضح أيضاً من جدول (١٤) أنه يوجد عدد ٩ محتويات من ضمن محتويات المنهج وافق عليها الطلبة والطالبات وهى المحتويات التى تجاوزت نسبة الموافقة عليها ٩٠% من عينة الطلاب وهى : الخصائص الشخصية للرائد الترويجى فى المجال السياحى ، تعريف السياحة ، أهمية السياحة ، الأنشطة الترويجية السياحية ، تاريخ الحركة السياحية وتطورها ، العوامل المؤثرة على الحركة السياحية ، مقومات الجذب السياحى ، السياحة الترويجية ، التسويق السياحى . وهذه المحتويات تمت موافقة الطلاب عليها بنسبة تتراوح بين ٩٠% _ ٩٧% .

يتضح أيضاً أن محتويات المنهج الأكثر موافقة عليها من قبل الطلبة والطالبات هى : تعريف السائح ، العلاقة بين الترويج والسياحة ، المنشآت السياحية الترويجية (القرى والمنتجعات)، دور الإعلام فى الأنشطة السياحية الترويجية ، جغرافيا السياحة المصرية ، أنواع

وأنماط السياحة ، قواعد البروتوكول وأصول الضيافة ، البرامج الترويجية السياحية ، مفهوم السياحة كصناعة ، الإعلام والإعلان السياحي ، معايير الكفاءة الصحية والبدنية ، منظمات السياحة الدولية والإقليمية والمحلية ، الموارد السياحية الطبيعية ، رحلات السفارى والسياحة الصحراوية . وهذه المحتويات تمت موافقة الطالبات عليها بنسبة تتراوح بين ٩٠% _ ٩٨% .

من جدول (١٥) وبتفسير النتائج الخاصة بإجابات الخبراء فى مجالات الترويج ، السياحة ، المناهج وطرق التدريس وجد الباحث أن هناك عدد ٢٧ مفردة من ضمن محتويات المنهج وافق عليها الخبراء وهذه المحتويات تمت الموافقة عليها بنسبة تجاوزت ٨٥ % ، وأن هناك عدد ١٤ مفردة من ضمن محتويات المنهج وافق عليها الطلبة والطالبات وهذه المحتويات تمت الموافقة عليها بنسبة تجاوزت ٨٥% من عينة الطلاب ككل (طلبة ، طالبات).

حيث يُعد محتوى المنهج أحد الأركان الأساسية لعناصر المنهج ، فعملية تحديد المحتوى تعد من العمليات الأساسية التى تعترضها بعض الصعوبات ، لذا يتحتم الاختيار بين العديد من الخبرات التى يمكن أن تؤدى إلى تحقيق أهداف المنهج المقترح . حيث تشير سهير بدير إلى أن ما يقصد بالمحتوى هو كل ما يضعه المخطط من خبرات سواء خبرات معرفية أو انفعالية أو حركية بهدف تحقيق النمو الشامل للمتعلم . (٢٢: ٨٠)

وهناك جدل بين علماء التربية حول من يضع محتوى المنهج فيرى البعض أن مسئولية وضع المحتوى يجب أن تقع على عاتق العلماء والخبراء التربويين فقط على أن تكون لديهم خبرة فى النواحي الفلسفية والاجتماعية والتربوية والسياسية ، ويرى إبراهيم وجيه ضرورة اعتبار المتعلم كنقطة بداية فى وضع وتخطيط المنهج على أن يشترك معه كل من له خبرة فى العملية التربوية ، فاشترك المتعلم فى اختيار خبرات المنهج وأنشطته تجعله أكثر ارتباطا به وتصبح عملية التعليم شيقة ويقبل عليها المتعلم بنفسه . (٣: ٤٣١)

بينما يذكر وهيب سمعان وإبراهيم حفظ الله ورشدى لبيب أن المعلمين هم مفتاح أى تخطيط فهم الذين يحددون نهائيا وإلى حد كبير الخبرات التعليمية ، فهم الأقدر على تحديد واختيار الأنشطة التى تتناسب مع ميول ورغبات وحاجات ومشكلات الطلاب ، ويزداد هذا الدور أهمية فى الجامعات حيث أن أعضاء هيئة التدريس هم خبراء على أعلى مستوى ولهم تأثير كبير على المنهج ، وهم الذين يستطيعون تحديد محتويات المواد التعليمية من المعلومات والمعارف والأنشطة والمهارات الضرورية و المناسبة . (٦٩: ١٧٤)

فى حين يرى عبد اللطيف فؤاد أن اشتراك الخبراء والقائمين بالتدريس واستشارة الطلاب وتعاونهم يؤدى إلى وضع الخطوط العريضة للمنهج ، للوصول إلى أحسن النتائج ، كما يؤدى إلى المرونة فى تنفيذ ما تتضمنه هذه الخطوط بحيث يسير المنهج إلى الجهات التربوية السليمة . (٥٩٦:٣٥)

وبذلك نرى اختلاف الآراء نحو تحديد من يقوم بوضع المنهج ، فهناك من ينادى بأن يقوم العلماء والخبراء المتخصصين بوضع المنهج ، ورأى آخر ينادى بأن يكون واضعى المنهج مدرسى المادة الدراسية ، وآخرون ينادون باشتراك الطلاب فى تخطيط المنهج .

وحيث أن لكل من هذه الآراء محاسنها وعيوبها إلا أن الباحث يتفق مع زوزو الحسيب ، والبشير أبو عجيبة على أن التخطيط الديمقراطى للمنهج والذى يتيح إشراك أكبر عدد من الأفراد فى التخطيط للمنهج هو التخطيط الأمثل حيث يمكن من خلاله تنظيم الخبرات التعليمية بطريقة علمية وعملية لكى تحقق الأهداف المطلوبة . (٣٦:١٩)، (٤٠:٩)

عرض نتائج التساؤل الثالث " ما هي طرق وأساليب تدريس منهج السياحة الترويجية ؟ "
 جدول (١٦)

النسبة المئوية وقيمة كا^٢ لطرق وأساليب تدريس منهج السياحة الترويجية تبعاً لآراء

الخبراء في مجالات الترويج ، السياحة ، المناهج وطرق التدريس ن = ٣٠

الترتيب	رقم العبارة	عبارات الاستبيان	نعم		لا		كا ^٢
			عدد	النسبة	عدد	النسبة	
١	١	يرجع إختيار الطريقة إلى طبيعة المنهج المقترح .	٢٨	%٩٣	٢	%٧	٢٢,٥٣
٢	٢	يرجع إختيار الطريقة إلى ما يراه القائم بالتدريس مناسباً أثناء التدريس .	٢٧	%٩٠	٣	%١٠	١٩,٢٠
طرق تدريس المنهج المقترح :							
٣	٥	طريقة الإضافة أو الربط .	٢٦	%٨٧	٤	%١٣	١٦,١٣
٤	٣	الطريقة الجزئية الكلية .	٢٥	%٨٣	٥	%١٧	١٣,٣٣
٥	٤	الطريقة الكلية الجزئية .	١٤	%٤٧	١٦	%٥٣	*٠,١٣
أساليب تدريس المنهج المقترح :							
٦	١٢	أسلوب العرض التوضيحي .	٣٠	%١٠٠	٠	%٠	٣٠,٠٠
٧	٦	التعلم الذاتي .	٢٩	%٩٧	١	%٣	٢٦,١٣
٨	١٥	أسلوب العصف الذهني .	٢٩	%٩٧	١	%٣	٢٦,١٣
٩	١٠	أسلوب حل المشكلات .	٢٨	%٩٣	٢	%٧	٢٢,٥٣
١٠	١١	الاستكشاف الموجه .	٢٧	%٩٠	٣	%١٠	١٩,٢٠
١١	٧	المحاضرة والمناقشة .	٢٧	%٩٠	٣	%١٠	١٩,٢٠
١٢	١٣	التطبيق بتوجيه المدرس .	٢٧	%٩٠	٣	%١٠	١٩,٢٠
١٣	١٤	التطبيق بتوجيه الأقران .	٢٦	%٨٧	٤	%١٣	١٦,١٣
١٤	٨	أسلوب التعلم بالعمل الزوجي .	٢٦	%٨٧	٤	%١٣	١٦,١٣
١٥	٩	أسلوب التعليم بالمجموعات الكبيرة .	٢٥	%٨٣	٥	%١٧	١٣,٣٣
الوسائط التعليمية المستخدمة في تدريس المنهج المقترح :							
١٦	١٦	المراجع العلمية .	٣٠	%١٠٠	٠	%٠	٣٠,٠٠
١٧	٢٣	الشبكة الدولية للمعلومات (الإنترنت) .	٣٠	%١٠٠	٠	%٠	٣٠,٠٠
١٨	١٨	الرسوم التوضيحية .	٢٨	%٩٣	٢	%٧	٢٢,٥٣
١٩	١٩	الأفلام التعليمية .	٢٧	%٩٠	٣	%١٠	١٩,٢٠
٢٠	٢١	الصور الثابتة والمتحركة .	٢٧	%٩٠	٣	%١٠	١٩,٢٠
٢١	٢٠	النموذج الحي .	٢٦	%٨٧	٤	%١٣	١٦,١٣
٢٢	١٧	التسجيلات الصوتية .	٢٦	%٨٧	٤	%١٣	١٦,١٣
٢٣	٢٢	الشفافيات .	٢١	%٧٠	٩	%٣٠	٤,٨٠

* غير معنوية

قيمة كا^٢ الجدولية عند ٠,٠٥ = ٣,٨٤

من جدول (١٦) وجد الباحث أن طرقتى التدريس ٣ ، ٤ تمت الموافقة عليها بدرجة دالة إحصائياً بنسبة من ٨٣%_٨٧% عند مستوى دلالة ٠,٠٥ ، بينما طريقة التدريس ٥ لم يوافق عليها بدرجة غير دالة إحصائياً بنسبة ٥٣% عند مستوى دلالة ٠,٠٥ . وأساليب التدريس من ٦-١٥ تمت الموافقة عليها بدرجة دالة إحصائياً بنسبة من ٨٣%_١٠٠% عند مستوى دلالة ٠,٠٥ ، والوسائط التعليمية المستخدمة فى التدريس من ١٦-٢٣ تمت الموافقة عليها بدرجة دالة إحصائياً بنسبة من ٧٠%_١٠٠% عند مستوى دلالة ٠,٠٥ .

ويتضح أن طرق التدريس الأكثر موافقة عليها هى : طريقة الإضافة أو الربط ، الطريقة الجزئية الكلية . وهذه الطرق تمت الموافقة عليها بنسبة تراوحت بين ٨٣%_٨٧% . أما طرق التدريس التى لم يتم الموافقة عليها من الخبراء هى : الطريقة الكلية الجزئية . وهذه الطريقة لم يتم الموافقة عليها بنسبة ٥٣% .

يتضح أيضاً أن أساليب التدريس الأكثر موافقة عليها هى : أسلوب العرض التوضيحي ، التعلم الذاتى ، أسلوب العصف الذهنى ، أسلوب حل المشكلات ، الأستكشاف الموجه ، المحاضرة والمناقشة ، التطبيق بتوجيه المدرس . وهذه الأساليب تمت الموافقة عليها بنسبة تراوحت بين ٩٠%_١٠٠% .

وهناك مجموعة من أساليب التدريس التى تمت الموافقة عليها بنسب عالية تراوحت بين ٨٣%_٨٧% وهى على الترتيب من الأكثر نسبة موافقة إلى الأقل نسبة موافقة : التطبيق بتوجيه الأقران ، أسلوب التعلم بالعمل الزوجى ، أسلوب التعليم بالمجموعات الكبيرة . يتضح أيضاً أن الوسائط التعليمية الأكثر موافقة عليها هى : المراجع العلمية ، الشبكة الدولية للمعلومات (الإنترنت) ، الرسوم التوضيحية ، الأفلام التعليمية ، الصور الثابتة والمتحركة وهذه الوسائط تمت الموافقة عليها بنسبة تراوحت بين ٩٠%_١٠٠% .

وهناك مجموعة من الوسائط التعليمية التى تمت الموافقة عليها بنسب عالية تراوحت بين ٧٠%_٨٧% وهى على الترتيب من الأكثر نسبة موافقة إلى الأقل نسبة موافقة : النموذج الحى ، التسجيلات الصوتية ، الشفافيات .

جدول (١٧)

النسبة المئوية وقيمة كا^٢ للوسائط التعليمية المفضلة لتدريس منهج السياحة الترويجية تبعاً

لآراء طلاب شعبة الترويج بكليات التربية الرياضية ن = ٢٣ = ٤٢٣

الترتيب	رقم العبارة	عبارات الاستبيان	نعم		لا		كا ^٢
			عدد	النسبة	عدد	النسبة	
١	٨	الشبكة الدولية للمعلومات (الإنترنت) .	٣٨١	%٩٠	٤٢	%١٠	٢٧١,٧
٢	٤	الأفلام التعليمية .	٣٧٢	%٨٨	٥١	%١٢	٢٤٣,٦
٣	٣	الرسوم التوضيحية .	٣٦٩	%٨٧	٥٤	%١٣	٢٣٤,٦
٤	٥	النموذج الحى .	٣٦٣	%٨٦	٦٠	%١٤	٢١٧
٥	٦	الصور الثابتة والمتحركة .	٣٦٣	%٨٦	٦٠	%١٤	٢١٧
٦	١	المراجع العلمية .	٣٥١	%٨٣	٧٢	%١٧	١٨٤
٧	٢	التسجيلات الصوتية .	٢٧٠	%٦٤	١٥٣	%٣٦	٣٢,٣٦
٨	٧	الشفافيات .	٢٧٠	%٦٤	١٥٣	%٣٦	٣٢,٣٦

قيمة كا^٢ الجدولية عند ٠,٠٥ = ٣,٨٤ * غير معنوية

يتضح من جدول (١٧) أن الوسائط التعليمية المفضل استخدامها من ١-٨ تمت الموافقة عليها بدرجة دالة إحصائياً بنسبة من ٦٤%_٩٠% عند مستوى دلالة ٠,٠٥ .

يتضح أيضاً أن هناك عدد ٦ من الوسائط التعليمية التى يفضل الطلاب استخدامها فى تدريس المنهج المقترح وتلك الوسائط تمت الموافقة عليها بنسبة عالية تراوحت بين ٨٣%_٩٠% وهى : الشبكة الدولية للمعلومات (الإنترنت) ، الأفلام التعليمية ، الرسوم التوضيحية ، النموذج الحى ، الصور الثابتة والمتحركة ، المراجع العلمية .

بينما يوجد عدد ٢ من الوسائط التعليمية التى يفضل الطلاب استخدامها فى تدريس المنهج المقترح وتلك الوسائط تمت الموافقة عليها بنسب قليلة بلغت ٦٤% وهى : التسجيلات الصوتية ، الشفافيات .

جدول (١٨)

الفرق بين نسبة موافقة الخبراء ونسبة موافقة الطلاب على الوسائط

التعليمية المفضلة لتدريس منهج السياحة الترويحية

م	الوسائط التعليمية	نسبة موافقة الخبراء		نسبة موافقة الطلاب		Z
		عدد	النسبة	عدد	النسبة	
١	المراجع العلمية .	٣٠	%١٠٠	٣٥١	%٨٣	32.671
٢	التسجيلات الصوتية .	٢٦	%٨٧	٢٧٠	%٦٤	19.538
٣	الرسوم التوضيحية .	٢٨	%٩٣	٣٦٩	%٨٧	13.743
٤	الأفلام التعليمية .	٢٧	%٩٠	٣٧٢	%٨٨	4.629
٥	النموذج الحي .	٢٦	%٨٧	٣٦٣	%٨٦	*1.577
٦	الصور الثابتة والمتحركة .	٢٧	%٩٠	٣٦٣	%٨٦	8.156
٧	الشفافيات .	٢١	%٧٠	٢٧٠	%٦٤	4.198
٨	الشبكة الدولية للمعلومات (الإنترنت) .	٣٠	%١٠٠	٣٨١	%٩٠	31.484

قيمة Z الجدولية عند ٠,٠٥ = ١,٩٦

يتضح من جدول (١٨) أن هناك بعض الوسائط التعليمية أعلى في درجة الموافقة عليها من قبل الخبراء عن الطلاب وهي : المراجع العلمية ، الشبكة الدولية للمعلومات (الإنترنت) ، الرسوم التوضيحية ، الأفلام التعليمية ، الصور الثابتة والمتحركة وهذه الوسائط تمت الموافقة عليها بنسبة تراوحت بين ٩٠% - ١٠٠% . حيث كانت درجة الموافقة أعلى لصالح الخبراء في جميع الوسائط التعليمية المعروضة .

مناقشة التساؤل الثالث :

من جدول (١٦) وبتفسير النتائج الخاصة بآراء الخبراء في مجالات الترويج ، السياحة ، المناهج وطرق التدريس وجد الباحث أن طرق التدريس الأكثر موافقة عليها هي : طريقة الإضافة أو الربط ، الطريقة الجزئية الكلية . وهذه الطرق تمت الموافقة عليها بنسبة تراوحت بين ٨٣% - ٨٧% .

هناك أيضاً طرق تدريس لم يتم الموافقة عليها من الخبراء وهي : الطريقة الكلية الجزئية . وهذه الطريقة تمت الموافقة عليها بنسبة ٤٧% .

ويتضح أن أساليب التدريس الأكثر موافقة عليها هي : أسلوب العرض التوضيحي ، التعلم الذاتي ، أسلوب العصف الذهني ، أسلوب حل المشكلات ، الاستكشاف الموجه ،

المحاضرة والمناقشة ، التطبيق بتوجيه المدرس ، التطبيق بتوجيه الأقران ، أسلوب التعلم بالعمل الزوجي ، أسلوب التعليم بالمجموعات الكبيرة . وهذه الأساليب تمت الموافقة عليها بنسبة تجاوزت ٨٣% من إجمالي عدد الخبراء عينة الدراسة .

يتضح أيضاً أن الوسائط التعليمية الأكثر موافقة عليها هي : المراجع العلمية ، الشبكة الدولية للمعلومات (الإنترنت) ، الرسوم التوضيحية ، الأفلام التعليمية ، الصور الثابتة والمتحركة ، النموذج الحي ، التسجيلات الصوتية ، الشفافيات . وهذه الوسائط تمت الموافقة عليها بنسبة تجاوزت ٧٠% من إجمالي عدد الخبراء عينة الدراسة .

من جدول (١٧) وينفسير النتائج الخاصة بآراء طلاب شعبة الترويج بكليات التربية الرياضية وجد الباحث أن الوسائط التعليمية التي يفضلها الطلاب لتدريس منهج السياحة الترويجية هي : الشبكة الدولية للمعلومات (الإنترنت) ، الأفلام التعليمية ، الرسوم التوضيحية ، النموذج الحي ، الصور الثابتة والمتحركة ، المراجع العلمية وهذه الوسائط تمت الموافقة عليها بنسبة تجاوزت ٨٣% من إجمالي عدد الطلاب عينة الدراسة .

بينما يوجد عدد ٢ من الوسائط التعليمية التي يفضل الطلاب استخدامها في تدريس المنهج المقترح وتلك الوسائط تمت الموافقة عليها بنسب قليلة بلغت ٦٤% وهي : التسجيلات الصوتية ، الشفافيات .

حيث يعتمد التعليم الجيد على اختيار المناهج التعليمية المناسبة للمتعلمين ولكي يكون لهذه المناهج تأثير في هؤلاء المتعلمين فإن ذلك يتطلب اختيار المنهج الدراسي ، ثم أسلوب عرضه على الطلبة والوسائط التعليمية هي التي تساعد في عرض منهجه . ومن المعروف أن التعليم الجيد هو ما يتم عن طريق التفاعل بين المعلم والطلبة فالمعلم الجيد هو من يصل بالطلاب إلى الإدراك والفهم عن طريق الوعي التام ، الذي يتم من خلال مساهمة أغلب حواس المتعلم فيه .

حيث ترى زكية كامل وآخرون أن عملية التدريس تهتم بكل من الطريقة والوسيلة فضلاً عن الظروف التي يهيئها المعلم لكي تتم عملية التعليم على نحو أفضل وفقاً للأهداف المحددة ، وغالباً ما يحدث تداخل بين مصطلح طريقة ووسيلة ، ولكن هناك تباين بين المصطلحات ، فقد يستخدم المعلم طريقة ما بأسلوب معين ووسيلة تعليمية معينة ، ويستخدم معلم آخر نفس الطريقة ولكن بأسلوب ووسيلة مختلفة . (١٨:١٧)

ويشير محمد شحاتة وآخرون أنه لكي يتمكن المعلم من دفع طلابه إلى التعلم فلا بد له من استخدام طريقة وأساليب مختلفة ومتعددة ، مما يتطلب من المعلم أن يكون ملماً إلماماً تاماً بكيفية حدوث التعلم من جانب الطلاب وكيفية تأثير الطرق والأساليب المستخدمة في سرعة تحقيق الهدف من عملية التعليم وهو إتقان وتثبيت الأداء . (٩١:٤٦)

بينما يرى أكرم خطابية أنه يتطلب من المعلم أن يلم بالطرق والوسائل التعليمية المختلفة وأن فعاليته تتوقف على الطريقة التي يستخدمها ، حيث إن الطريقة الناجحة هي التي توصل إلى الغاية المطلوبة وتحقق أهداف الدرس بأقل وقت وأقل جهد مبذول وبأنسب الوسائل . (١٠٧:٨)

ويتفق الباحث مع وفيقة مصطفى سالم أن التنوع في الطريقة أمر لا مفر منه في المادة الواحدة بل في الموضوع الواحد أيضا ، ومن ثم ينبغي أن تتيح الطريقة ومقدرة المعلم ، وحسن تقدير الفرص للانتفاع بكل مزايا الطريقة ووسائلها مجتمعة ومنفردة ، وذلك تبعا لحاجات المعلم وطبيعة الدرس بالإضافة إلى المتعلم وميوله وحاجاته واستعداداته . (٢٣٦:٦٦)

عرض نتائج التساؤل الرابع " ما هي طرق وأساليب تقويم منهج السياحة الترويجية ؟"

جدول (١٩)

النسبة المئوية وقيمة كا^٢ لطرق وأساليب تقويم منهج السياحة الترويجية تبعاً لآراء

الخبراء في مجالات الترويج ، السياحة ، المناهج وطرق التدريس ن = ٣٠

الترتيب	رقم العبارة	عبارات الاستبيان	نعم		لا		كا ^٢
			عدد	النسبة	عدد	النسبة	
١	١	يتعين وجود تقويم مرحلي لكل مرحلة من مراحل المنهج لضمان حسن التعديل والتطوير تبعاً للواقع.	٢٨	%٩٣	٢	%٧	٢٢,٥٣
٢	٤	يتم تقويم الطالب في نهاية الفصل الدراسي .	٣٠	%١٠٠	٠	%٠	٣٠,٠٠
٣	٢	يتم تقويم الطالب في نهاية كل درس .	٢٧	%٩٠	٣	%١٠	١٩,٢٠
٤	٣	يتم تقويم الطالب في منتصف الفصل الدراسي .	٢٠	%٦٧	١٠	%٣٣	*٣,٣٣
طرق وأساليب تقويم المنهج المقترح :							
٥	٥	تقويم المعلومات والمفاهيم والمعارف الخاصة بالسياحة الترويجية باستخدام الإختبارات التحريرية	٣٠	%١٠٠	٠	%٠	٣٠,٠٠
٦	٧	تقويم المعلومات والمفاهيم والمعارف الخاصة بالسياحة الترويجية باستخدام الإختبارات الشفوية .	٢٩	%٩٧	١	%٣	٢٦,١٣
٧	٨	مناقشة الطالب في ملف العمل الذي قام بإعداده .	٢٩	%٩٧	١	%٣	٢٦,١٣
٨	٦	تقويم المهارات الخاصة بمادة السياحة الترويجية باستخدام الإختبارات التطبيقية .	٢٣	%٧٧	٧	%٢٣	٨,٥٣
٩	٩	إستخدام التقويم الذاتي لأداء الطالب .	٢٣	%٧٧	٧	%٢٣	٨,٥٣
١٠	١٠	تقويم الطالب لأداء زملاءه .	٢١	%٧٠	٩	%٣٠	٤,٨٠
١١	١١	تساعد الأساليب المقترحة على تشخيص نواحي القوة والضعف لدى الطلاب .	٣٠	%١٠٠	٠	%٠	٣٠,٠٠

* غير معنوية

قيمة كا^٢ الجدولية عند ٠,٠٥ = ٣,٨٤

من جدول (١٩) وجد الباحث أن ميقات التقويم ٢ ، ٣ تمت الموافقة عليها بدرجة دالة إحصائية بنسبة من ٩٠_%_١٠٠% عند مستوى دلالة ٠,٠٥ ، بينما ميقات التقويم ٤ تم الموافقة عليه بدرجة غير دالة إحصائية بنسبة ٦٧_% عند مستوى دلالة ٠,٠٥ . وأساليب التقويم من ٥-١٠ تمت الموافقة عليها بدرجة دالة إحصائية بنسبة من ٧٠_%_١٠٠% عند مستوى دلالة ٠,٠٥ .

ويتضح أن مواقيت التقويم الأكثر موافقة عليها هي : تقويم الطالب في نهاية الفصل الدراسي ، تقويم الطالب في نهاية كل درس . وهذه المواقيت تمت الموافقة عليها بنسبة تراوحت بين ٩٠_%_١٠٠% .

أما مواقيت التقويم الأقل موافقة عليها من الخبراء هي : تقويم الطالب في منتصف الفصل الدراسي . حيث تمت الموافقة عليها بنسبة ٦٧% .

يتضح أيضاً أن أساليب التقويم الأكثر موافقة عليها هي : تقويم المعلومات والمفاهيم والمعارف الخاصة بالسياحة الترويجية باستخدام الإختبارات التحريرية ، تقويم المعلومات والمفاهيم والمعارف الخاصة بالسياحة الترويجية باستخدام الإختبارات الشفوية ، مناقشة الطالب في ملف العمل الذي قام بإعداده . وهذه الأساليب تمت الموافقة عليها بنسبة تراوحت بين ٩٧%-١٠٠% .

وهناك مجموعة من أساليب التقويم التي تمت الموافقة عليها بنسب قليلة نسبياً تراوحت بين ٧٠%-٧٧% وهي على الترتيب من الأكثر نسبة موافقة إلى الأقل نسبة موافقة : تقويم المهارات الخاصة بمادة السياحة الترويجية باستخدام الإختبارات التطبيقية ، التقويم الذاتي لأداء الطالب ، تقويم الطالب لأداء زملاءه .

جدول (٢٠)

النسبة المئوية وقيمة كا^٢ لطرق وأساليب التقويم المفضلة لتقويم منهج السياحة

الترويجية تبعاً لآراء طلاب شعبة الترويج بكلية التربية الرياضية ن = ٤٢٣

الترتيب	رقم العبارة	عبارات الاستبيان	نعم		لا		كا ^٢
			عدد	النسبة	عدد	النسبة	
١	٣	يتم التقويم في نهاية الفصل الدراسي .	٣٥٤	٨٤%	٦٩	١٦%	١٩٢
٢	١	يتم التقويم في نهاية كل درس .	٣٣٠	٧٨%	٩٣	٢٢%	١٣٢,٨
٣	٢	يتم التقويم في منتصف الفصل الدراسي .	٣٠٩	٧٣%	١١٤	٢٧%	٨٩,٨٩
طرق وأساليب تقويم المنهج المقترح :							
٤	٦	تقويم المهارات الخاصة بمادة السياحة الترويجية باستخدام الإختبارات التطبيقية .	٣٦٣	٨٦%	٦٠	١٤%	٢١٧
٥	٤	تقويم المعلومات والمفاهيم والمعارف الخاصة بالسياحة الترويجية باستخدام الإختبارات التحريرية	٣٦٠	٨٥%	٦٣	١٥%	٢٠٨,٥
٦	٧	مناقشة الطالب في ملف العمل الذي قام بإعداده .	٣٤٨	٨٢%	٧٥	١٨%	١٧٦,٢
٧	٨	إستخدام التقويم الذاتي لأداء الطالب .	٣٤٨	٨٢%	٧٥	١٨%	١٧٦,٢
٨	٥	تقويم المعلومات والمفاهيم والمعارف الخاصة بالسياحة الترويجية باستخدام الإختبارات الشفوية.	٣١٨	٧٥%	١٠٥	٢٥%	١٠٧,٣
٩	٩	تقويم الطالب لأداء زملاءه .	٣١٨	٧٥%	١٠٥	٢٥%	١٠٧,٣

* غير معنوية

قيمة كا^٢ الجدولية عند ٠,٠٥ = ٣,٨٤

من جدول (٢٠) وجد الباحث أن موافقت التقييم من ١ - ٣ تمت الموافقة عليها بدرجة دالة إحصائية بنسبة من ٧٣% - ٨٤% عند مستوى دلالة ٠,٠٥ ، وأساليب التقييم من ٤ - ٩ تمت الموافقة عليها بدرجة دالة إحصائية بنسبة من ٧٥% - ٨٦% عند مستوى دلالة ٠,٠٥ . ويتضح أن موافقت التقييم الأكثر موافقة عليها هي : تقييم الطالب في نهاية الفصل الدراسي ، تقييم الطالب في نهاية كل درس . وهذه الموافقت تمت الموافقة عليها بنسبة تراوحت بين ٧٨% - ٨٤% .

أما موافقت التقييم الأقل موافقة عليها من الطلاب هي : تقييم الطالب في منتصف الفصل الدراسي . حيث تمت الموافقة عليها بنسبة ٧٣% .

يتضح أيضاً أن أساليب التقييم الأكثر موافقة عليها هي : تقييم المهارات الخاصة بمادة السياحة الترويجية باستخدام الإختبارات التطبيقية ، تقييم المعلومات والمفاهيم والمعارف الخاصة بالسياحة الترويجية باستخدام الإختبارات التحريرية ، مناقشة الطالب في ملف العمل الذي قام بإعداده ، التقييم الذاتي لأداء الطالب . وهذه الأساليب تمت الموافقة عليها بنسبة تراوحت بين ٨٢% - ٨٦% .

وهناك مجموعة من أساليب التقييم التي تمت الموافقة عليها بنسب قليلة نسبياً بلغت ٧٥% وهي : تقييم المعلومات والمفاهيم والمعارف الخاصة بالسياحة الترويجية باستخدام الإختبارات الشفوية ، تقييم الطالب لأداء زملاء .

جدول (٢١)

الفرق بين نسبة موافقة الخبراء ونسبة موافقة الطلاب على طرق وأساليب

التقييم المفضلة لتقييم منهج السياحة الترويجية

م	طرق وأساليب التقييم	نسبة موافقة الخبراء		نسبة موافقة الطلاب		Z
		عدد	النسبة	عدد	النسبة	
١	يتم تقييم الطالب في نهاية كل درس .	٢٧	٩٠%	٣٣٠	٧٨%	15.974
٢	يتم تقييم الطالب في منتصف الفصل الدراسي .	٢٠	٦٧%	٣٠٩	٧٣%	-5.145
٣	يتم تقييم الطالب في نهاية الفصل الدراسي .	٣٠	١٠٠%	٣٥٤	٨٤%	32.547
٤	تقييم المعلومات والمفاهيم والمعارف الخاصة بالسياحة الترويجية باستخدام الإختبارات التحريرية.	٣٠	١٠٠%	٣٦٠	٨٥%	32.303
٥	تقييم المهارات الخاصة بمادة السياحة الترويجية باستخدام الإختبارات التطبيقية .	٢٣	٧٧%	٣١٨	٧٥%	*1.489
٦	تقييم المعلومات والمفاهيم والمعارف الخاصة بالسياحة الترويجية باستخدام الإختبارات الشفوية .	٢٩	٩٧%	٣٦٣	٨٦%	23.398
٧	مناقشة الطالب في ملف العمل الذي قام بإعداده .	٢٩	٩٧%	٣٤٨	٨٢%	25.391
٨	إستخدام التقييم الذاتي لأداء الطالب .	٢٣	٧٧%	٣٤٨	٨٢%	-7.387
٩	تقييم الطالب لأداء زملاء .	٢١	٧٠%	٣١٨	٧٥%	-4.688

يتضح من جدول (٢١) أن موافقت التقييم جاءت أعلى لصالح الخبراء عن الطلاب في درجة الموافقة عليها وهي : التقييم في نهاية الفصل الدراسي ، التقييم في نهاية كل درس ، وهذه الموافقت تمت الموافقة عليها بنسبة تراوحت بين ٩٠%_١٠٠% . حيث كانت درجة الموافقة أعلى لصالح الطلاب عن الخبراء في ميقات واحد فقط وهو : التقييم في منتصف الفصل الدراسي.

أما بالنسبة لطرق وأساليب التقييم فقد وجد الباحث أن هناك بعض أساليب التقييم أعلى في درجة الموافقة عليها من قبل الخبراء عن الطلاب وهي : تقييم المعلومات والمفاهيم والمعارف الخاصة بالسياحة الترويحية بإستخدام الإختبارات التحريرية ، تقييم المعلومات والمفاهيم والمعارف الخاصة بالسياحة الترويحية بإستخدام الإختبارات الشفوية ، مناقشة الطالب في ملف العمل الذي قام بإعدادده . وهذه الأساليب تمت الموافقة عليها بنسبة تراوحت بين ٩٧%_١٠٠% . حيث كانت درجة الموافقة أعلى لصالح الطلاب عن الخبراء في طريقتين فقط وهما : إستخدام التقييم الذاتي لأداء الطالب ، تقييم الطالب لأداء زملاءه .

حيث يعتبر التقييم عملية تشخيصية ترشدنا إلى مواطن الضعف لكي نعمل على إصلاحها وتظهر مواطن القوة للعمل على تنميتها وتطويرها . فعملية التقييم ليست تشخيصاً للواقع بل هي علاج لما به من عيوب إذ لا يكفي أن نحدد أوجه القصور وإنما يجب العمل على تلافيها والقضاء عليها في عملية تشخيصية وعلاجية هامة ليس فقط في مجال التربية ، وإنما في جميع مجالات الحياة ، فطالما يقوم الإنسان بعمل فعليه أن يعرف نتيجة هذا العمل، وعليه أن يعرف ما وقع فيه من أخطاء حتى لا يكررها وصولاً إلى أداء أفضل .

مناقشة التساؤل الرابع :

من جدول (١٩) وبتفسير النتائج الخاصة بإجابات الخبراء في مجالات الترويج ، السياحة ، المناهج وطرق التدريس وجد الباحث أن موافقت التقييم الأكثر موافقة عليها هي : تقييم الطالب في نهاية الفصل الدراسي ، تقييم الطالب في نهاية كل درس . وهذه الموافقت تمت الموافقة عليها بنسبة تراوحت بين ٩٠%_١٠٠% .

يتضح أيضاً أن أساليب التقييم الأكثر موافقة عليها هي : تقييم المعلومات والمفاهيم والمعارف الخاصة بالسياحة الترويحية بإستخدام الإختبارات التحريرية ، تقييم المعلومات والمفاهيم والمعارف الخاصة بالسياحة الترويحية بإستخدام الإختبارات الشفوية ، مناقشة الطالب

فى ملف العمل الذى قام بإعداده . وهذه الأساليب تمت الموافقة عليها بنسبة تراوحت بين ٩٧%_١٠٠% .

حيث يستمد التقويم أهميته الأساسية فى مختلف الميادين من ضرورة الاعتماد عليه فى قياس وتقدير مدى تحقق . الأهداف المنشودة من كل عملية وفى كل ميدان وبخاصة فى الميدان التعليمي حيث يعتبر التقويم ركناً أساسياً فى العملية التربوية بصفة عامة ، وركناً من أركان عملية بناء المناهج بصفة خاصة ، فلم يعد التقويم مقصوراً على قياس التحصيل الدراسي للمواد المختلفة ، بل تعداه إلى قياس مقومات شخصية المتعلم فى شتى جوانبها ، وبذلك اتسعت مجالاته وتنوعت طرقه وأساليبه .

ولقد أصبح التقويم فى عصرنا الحاضر من أهم عوامل الكشف عن المواهب وتمييز أصحاب الاستعدادات والمويل الخاصة وذوي القدرات والمهارات الممتازة . فالتقويم ركن هام من أركان التخطيط لأنه يتصل اتصالاً وثيقاً بمتابعة النتائج وقد يكشف التقويم عن عيب المناهج أو الوسائل أو عن قصور فى الأهداف فينتهي إلى نتائج وتوصيات تعرض على المخططيين ، ثم تأخذ سبيلها للتنفيذ .

ويساعد كل من المعلم والمتعلم على معرفة مدى التقدم فى العمل الدراسي نحو بلوغ أهدافه وعلى تبين العوامل التي تؤدي إلى التقدم أو تحول دونه ثم على دراسته ما يلزم عمله للمزيد من التحسن والتطور .