



## توظيف أدوات المحفظة الإلكترونية في دعم التقييم البنائي

الباحثة: غادة عبد الله العمودي  
ماجستير التعليم الإلكتروني

### The role of e-portfolio in Formative Assessments

إن الغرض الأساس في التقييم البنائي (Formative Assessment) هو تقديم المعلومات إلى المتعلم، ثم أي مهتم ذا صلة بعملية التعلم حول تطور المتعلم، وتحديد نقاط القوة والضعف من أجل تفعيل آليات التحسين في الأداء. كما أن الممارسين لهذا النوع من التقييم يستفيدون مما توفره "التغذية الراجعة" في إثراء الأداء. إن مصطلح "التقييم التشخيصي" (Diagnostic Assessment) وهو نوع آخر من التقييم يعقد قبل القيام بأي تجربة تعليمية بهدف توفير معلومات مسبقاً للمعلم حول الخبرة المعرفية السابقة للمتعلم والمهارات التي يتقنها وجوانب أخرى قد يكون لها تماس باختيار أهداف التعلم، كل ذلك يكون بمثابة نواة لانطلاق تجربة تعلم جديدة وفعالة. إن الاستخدام المطرد والأكثر شيوعاً لكلا نوعي التقييم البنائي والتشخيصي: "هو التقييم بهدف التعلم". وفي هذه المقالة سنركز على التقييم البنائي وكيفية الاستفادة من المحافظ الإلكترونية في توظيفه خلال عملية التعلم.

وبالتالي من طريقة تعامله معهم، وهذا سيكون له أثره في كيف يرتب وضعه التدريسي، ويبنى هيكله التعليمية، ويعزز القدرة على قيادة الطلاب وإرشادهم نحو أهداف التعلم، والأهم هو أنه سيكون قادراً دوماً على البرهنة على نجاح الطلاب، وبالتالي مجمل العملية التعليمية. وهكذا فإن التقييم البنائي يهدف إلى تطبيق العدالة في المخرجات التعليمية، بالعمل على تنمية وعي هام حول مفاهيم حيوية من مثل: "التعلم للتعلم/للحياة". عبر التأكيد على مفهوم "العملية" كوصف للتعلم والتدريس، وإدراج الطلاب كشركاء في تلك العملية (OCED, 2005).

لماذا يعتبر التقييم البنائي حاجة ملحة في الصفوف العليا وحتى التعليم العالي؟ لقد بات ملحوظاً أن توظيف استراتيجيات التقييم البنائي المنظم تأتي بتحسينات ملحوظة في تعلم طلاب الصفوف العليا والتعليم العالي. وقد قرر كل من Paul Black and Dylan Wiliam (1998) في كتابهم Inside the Black Box: أن رفع معايير التقييم في الفصول الدراسية، يعطي أدلة وافية على أن التوظيف المنظم لمختلف أنواع التقييم المستخدمة لدعم وتطوير الممارسات التربوية قد أدى إلى تحقيق نتائج أفضل. إن تعليم الناضجين لا بد وأن يلبّي التطلعات المتغيرة لتعليمه، فهو بحاجة للتركيز على المهارات الحرجة في الحياة العملية، وتشجيع الترغيب في التعلم مدى الحياة، وتوفير التغذية الراجعة السريعة. ومن هنا فإن التقييم البنائي لا بد وأن ينصب تركيزه على تقييم قدرة المتعلم على اكتساب المعرفة والمهارة محل التعلم، ثم مدى استعداد المتعلم لتطبيق السلوك المكتسب في أهداف التعلم، وفيما بعد يتم تزويد المتعلمين بمستوى تحقيقهم لأهداف التعلم الإجرائية التي تم تبنيها بهدف تحفيزهم وإدارة تقدمهم (Jiu, 2010).

### ما هو التقييم البنائي Formative Assessment

هو عملية ممنهجة ذات طابع مستمر و تراكمي تهدف إلى دراسة المعطيات والمؤشرات أولاً بأول حول فعالية عملية التعلم ونجاحها. ولتحقيق هذا الهدف فإنها توظف البيانات والمعلومات المتوافرة لتحديد المستوى الحالي للطلاب في بداية رحلة التعلم، وبناء عليه تعمل على تبني وتكييف أطر تربوية/تدريسية تساعد الطالب على تحقيق الهدف المنشود خلال وجوده في عملية التعلم. في التقييم البنائي يُنظر إلى الطلاب أنهم مشاركون فاعلين حيث يتقاسمون مع معلمهم مهمة تحقيق أهداف التعلم، كما يخلون التقدم المطرد في مستوياتهم التعليمية عبر اتخاذ الخطوات الكفيلة بتحقيق ذلك. إن الفرضية الأساسية للتقييم البنائي هي أنه "كي تمكن الطلاب من اكتساب القابلية لتحسين الأداء؛ فإنهم ولا بد أن يشعروا أولاً في تطوير قدراتهم على تلمس جودة أدائهم عبر تواجدهم في تجربة إنتاجية حقيقية ومثمرة" (Sadler, 1989, p. 1). لذلك فإن التقييم البنائي يجب أن يتكامل مع أركان كل عملية تعليمية. فهذا النوع من التقييم لا يقف عند حد منفعة الطالب في التعلم والتطوير فحسب، ولكنه أيضاً يدعم جهد المعلمين لتكييف طرقهم التدريسية لتحقيق واجبهم المهني. أي أنه يعطي مجالاً لإعادة تعديل وضبط الأداء

سيستفيدون من التغذية الراجعة التي تأتيهم من كل متابع لهذه المحافظ الإلكترونية سواء من المعلمين أو الإداريين أو المتخصصين أو حتى قطاع الأعمال، كما أن الطبيعة التشاركية للويب 2.0 قد أثرت هذه المحافظ؛ إذ تمكن الطلاب من مشاركة المعلومات والآراء مع أفراد أو مجموعات آخر ممن يتاح لهم الإذن للاطلاع على هذه المحافظ.

**المحافظ الإلكترونية والتقييم البنائي**  
E-Portfolios & Formative Assessment  
في تطبيقنا للمحافظ الإلكترونية كأداة للتقييم "من أجل" التعلم، فإن الأعمال المنتجة يتم اختيارها من قبل الطلاب لتكون بمثابة قصة من قصص تعلمهم، لذلك يُطالب الطالب بالاحتفاظ بمحفظته نشطة وثرية على مدار فصله الدراسي أو دورته التي يدرسها. إن الجمهور الأساس لهذه المحافظ الإلكترونية هم الطلاب أنفسهم، وأولياء الأمور ممن يودون متابعة نشاطات طلابهم التعليمية، وكذلك حلقات النقاش التي يقودها الطلاب أنفسهم كنوع من عرض الأعمال والمشاريع.

إن الهمة الأكبر للتقييم البنائي هو تحصيل الإجابة على أسئلة من نوع: ماهي متطلبات التعلم في المستقبل؟ كيف يتأثر الطلاب بتحسين وتطوير أعمالهم؟ لذا فإنه عند استخدام المحافظ

نماذج العمل التي يقدمها المتعلم (والتي يطلق عليها أعمال فنية artifacts)، وكذلك في الصورة العامة التي تخبرنا بها المحفظة عن قصة نجاح هذا المتعلم. والمحفظة الإلكترونية (سميت إلكترونية نظراً لأن الإنترنت أصبح المنصة التي يتم عبرها تصميم ونشر هذه المحفظة المهنية)، توصف بأنها "النقلة الأكبر تأثيراً" في التعليم العالي المدعوم بأنظمة الحوسبة (Young, 2002) ، ولذلك فإن العديد من الكليات والجامعات قد أنفقت الخمس سنوات الماضية في تأسيس أنظمة المحافظ الإلكترونية والخدمات الداعمة لها.

ثمة فارق رئيسي بين المحفظة المهنية التقليدية والإلكترونية: وهو أن المحفظة الإلكترونية تستفيد من التكنولوجيات الحديثة بأشبه بوعاء حافظ /حاضنة (CD, DVD, WWW)، مما يتيح للطلاب من جمع وتنظيم أعمالهم ومن ثم إخراجها في محافظهم الإلكترونية بطرق متنوعة (تسجيلات صوتية، مقاطع فيديو، تصميمات جرافيك، و نصوص مكتوبة) وكذلك استخدام الروابط عالية التشعب لإثراء مواردهم، والبقاء في تواصل مع المعايير والأهداف المنشودة، وإذا ما أخذنا بعين الاعتبار أن هذه المحافظ الإلكترونية تستفيد من ميزات الإنترنت (في حال تم نشرها على الويب) أي النشر، فإنها هؤلاء الطلاب

**التقييم الإلكتروني E-Assessment**  
وضعت JISC تعريفاً للتقييم الإلكتروني "بأنه عملية تقييم إلكترونية من البداية إلى النهاية (end-to-end)، حيث يتم توظيف تقنية المعلومات والاتصالات لتصميم نشاط التقييم وتسجيل الاستجابات". وفي منظومة التعلم عبر الإنترنت فإن هذه التكنولوجيات تبرز على أنها العمود الفقري لكامل عملية التعلم. إن هناك أنماطاً متعددة لاستخدام تقنيات المعلومات والاتصالات في التعلم عبر الإنترنت، وهنا سنركز على المحافظ الإلكترونية كأداة مستخدمة لتطبيق التقييم البنائي، ذلك أن التكنولوجيات في مكنيتها أن تكون عاملاً محفزاً لتشجيع المتعلمين، وتوفير الفرص لهم للتعبير عن إرادتهم الحرة وتوجهاتهم عبر محافظهم الإلكترونية الخاصة.

### ماهي المحافظ الإلكترونية

#### E-Portfolios

إن التعريف الشائع للمحفظة الطلابية عامة: "هي مجموع منتقاة بعناية من أعمال الطالب تشرح الجهود والتقدم والإنجازات في المعرفة واكتساب المهارات التي يحققها الطالب في حقل أو أكثر" (Barrett, 2006). إن أهم وحدة في هذه المحفظة يكمن في

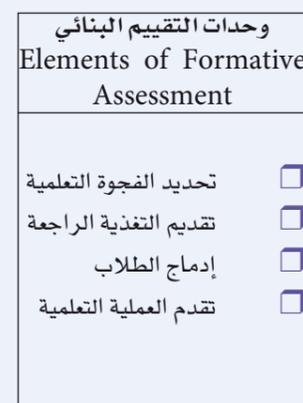
أدوات المحفظة الإلكترونية (جميع الأدوات هي مضمنة في تصميم المحفظة الإلكترونية) Tools in E-Portfolio	الوظائف التعليمية التي تحققها المحفظة الإلكترونية Functions associated with e-portfolio (Attwell)	وحدات التقييم البنائي Elements of Formative Assessment (Heritage.Kapan)
Profile Information المعلومات الشخصية Resume Builder بناء السيرة الذاتية Administration الأدوات الإدارية	التحديد والتسجيل Recognizing Learning Recording Learning	تحديد الفجوة Identifying the "gap" إن الهدف الجوهري للتقييم البنائي هو تحديد الفجوة بين حالة الطالب التعليمية الحالية ومقارنتها مع بعض الأهداف التعليمية المرجوة، بهدف ردم هذه الفجوة
يتم تفعيل ذلك عن طريق التغذية المرتدة من المعلم بما يكتبه في سجل الطالب بشكل رسمي، أو بشكل غير رسمي عبر أدوات التقييم الذاتي أو تقييم النظراء، حيث تصل هذه المراجعات كلها إلى الطالب مما يبرهن أن التعلم قد حدث. Transcript, self-assessment/peer feedback	التحقق والثبوتية Validating Learning	التغذية الراجعة Feedback التصميم البنائي مصمم ليكون وافيًا بتقديم التغذية الراجعة عبر عدة مستويات. أولاً: تقديم التغذية الراجعة إلى المعلم حول المستوى الحالي لفهم الطلاب. وهذه التغذية تعطي فكرة حول ماهية الخطوة التالية الواجب اتخاذها في عملية التعلم. ثانياً: التغذية الراجعة لها تأثير قوي على حماسة الطلاب وشعورهم بالكفاءة الذاتية، أي ما هو شعورهم حول قدراتهم المختلفة. كلا هذين النوعين من التغذية الراجعة هما مؤثران رئيسيان في نجاح عملية التعلم.
يحتاج الطالب لأن يكون قادراً على تقديم منتوجه التعليمي بطرق مختلفة بما يخدم أهداف متعددة كذلك، على سبيل المثال: التقييم، التفتيح، إجراء المقابلة الحوارية لتقديم الشروحات والعروض المساعدة. وهو ما يتحقق من خلال: الشبكات الاجتماعية Social Networking	التقديم والعرض Presenting Learning	إشراك الطلاب Student involvement في التقييم البنائي يتعلم الطلاب مهارات النقد الذاتي وكذلك تقييم بعضهم البعض، فهم يتشاركون مع معلمهم في تطوير فهم مشترك حول الموقف التعليمي الذي يعالجه، وما هي المتطلبات للانتقال إلى الرتبة الأعلى في المعرفة. وبطبيعة الحال حتى يتم ذلك فلا بد أن يتناقش الطلاب والمعلمون سوياً حول معايير النجاح لكل خطوة خلال مسيرة العملية التعليمية.
1 - التخطيط: يتعكس هذا في التخطيط للمستقبل: ماذا ينوي الطالب فعله بعد هذه المرحلة من التعلم؟ مثل مساعدته في اختيار مساق دراسي معين أو حقل تخصصي ما. ويمكن تجميع كل هذه النقاشات في المخزن الإلكتروني داخل الحافظة الإلكترونية File Repository 2 - التقييم: لضمان التأكد من حصول التعلم فإن المعلم يقوم بتحكيم عمل الطالب استناداً إلى معايير تم الاتفاق عليها مسبقاً وبصورة واضحة أمام المتعلم، وهذا غالباً ما يكون في التعليم الرسمي. أما في التعليم غير الرسمي فإن النظراء يقومون بالتحكيم تبعاً كذلك لمعايير مستقرة ومتعارف عليها. ويتم تطبيق هذه الآلية باستخدام المدونات: Blogs	التقييم والتخطيط Assessing Learning Planning Learning	المتوالية التعليمية Learning progression إن خط سير التعلم يقدم صورة واضحة المعالم حول ما يمكن تعلمه، كما أنه يساعد المعلم على ضبط خطوات المتعلم والبقاء على تواصل معه. إن الطلاب بحاجة إلى أهداف قصيرة المدى مستوحاة من تعاقب تقدم العملية التعليمية، وصياغة هذه الأهداف في صورة معايير النجاح للخطوات المتتابعة، ومن شأن هذه المعايير أن تكون بمثابة أدلة إرشادية للمتعلمين أثناء اندماجهم في إتمام مهام واجباتهم التعليمية كذلك.

التعلم، كما أنه يعطي انطباعاً حول مستوى التحصيل الكمي والكيفي للطالب، بما يوفره من تغذية راجعة ثرية يستطيع الطالب الوصول إليها على مدار الساعة من خلال الوصول عبر الويب. كما أنه يساعد المعلمين والطلاب على التقارب فيما بينهم، ويضبط الخط البياني للتقدم الدراسي. ففي مجال تعزيز التعلم، فإن المعلمين يصبح لديهم قدرة أكبر على تلمس نقاط الضعف لكل طالب وعلاجها بشكل أسرع وأدق. والبيئة الداعمة للمشاركة التي تنشأ داخل المحافظ الإلكترونية حيث يدعم الطلاب بعضهم البعض من جهة، ومع معلمهم من جهة أخرى أو أي جهات خارجية؛ تتأسس آلية حوارية مثمرة بين الطلاب ومعلمهم. إن المهارات المطلوبة في مجال التوظيف في واقفنا اليوم تلتصق أكثر وأكثر بتقنية المعلومات، لذا فإن الفهم الواضح من قبل المتعلمين لكيفية تقديم البرهان على كفاءتهم المهنية وثقتهم بأنفسهم وقدرتهم على الإقناع بما يعرضونه أمام الآخر من أعمال؛ كل ذلك يعزز من فرص استثمارهم الشخصية، وهذا الآخر هو اليوم معلم أو إداري في جامعاتهم ووكلياتهم، ولكنه عما قريب سيكون رئيساً في العمل أو من يجري لهم المقابلة الشخصية لدى تقدمهم لشغل المواقع في الحياة القادمة.

الإلكترونية في دعم التعلم فإن الطلاب هم أول من يجني ثماره عبر رفع مستوى وعيهم بأهمية تقدير الذات وبذل الجهد للتحسين ورفع مستوى الجودة. فإذا ما تمكنا من تدريب الطلاب على بناء محافظ فعالة؛ فإنه ولا شك ستركز في دعم التقييم "من أجل" التعلم، وهذا يؤدي بالنتيجة إلى البحث في الاستراتيجيات الكفوءة كي يتمكن كل طالب من أن يقصّ حكاية تعلمه.

#### الخلاصة

التقييم البنائي من خلال المحافظ الإلكترونية يوفر وقتاً يتم إهداره عادة في متابعة عملية



شكل: إدماج وحدات التقييم البنائي في الوظائف التي تقدمها المحافظ الإلكترونية عبر الأدوات المدرجة فيها



#### المصادر:

• للمزيد حول المحفظة الإلكترونية وأثرها في تفعيل التعليم الإلكتروني:

- <http://www.jisc.ac.uk/media/documents/publications/effectivepracticeportfolios.pdf>
- <http://net.educause.edu/ir/library/pdf/eli3001.pdf>
1. Attwell.Graham. Functions and Pedagogic Processes. <http://www.jiscinfonet.ac.uk/InfoKits/effective-use-of-VLEs/e-portfolio-models-ped-processes>
  2. Young. J. (2002, February 21) "Creating Online Portfolios Can Help Students See Big Picture." Colleges Say" Chronicle of Higher Education. [ready2net.csumb.edu/resources/EPortfolios-R2N\\_program.doc](http://ready2net.csumb.edu/resources/EPortfolios-R2N_program.doc)
  3. D. Royce Sadler. "Formative Assessment and the Design of Instructional Systems." Instructional Science. vol. 18. 1989. p. 130. <http://www.springerlink.com/content/x71185036h762m45/>
  4. Formative Assessment: Improving Learning in Secondary Classrooms. (2005). Organisation for Economic Co-Operation and Development. [www.oecd.org/dataoecd/1/1/34512345.pdf](http://www.oecd.org/dataoecd/1/1/34512345.pdf)
  5. Black. P., & Wiliam. D. (1998). Inside the black box: Raising standards through classroom assessment. Phi Delta Kappa International. [www.pdkintl.org](http://www.pdkintl.org)
  6. Barrett. Helen C. (2006). Using Electronic Portfolios for Formative/Classroom-based Assessment. Submitted to the Connected Newsletter <http://electronicportfolios.com/portfolios/ConnectedNewsletter.pdf>
  7. Heretage.Margrete. Formative Assessment: What Do Teachers Need to Know and Do?.Kappan. [http://www.pdkintl.org/kappan/k\\_v89/k0710her.htm#author](http://www.pdkintl.org/kappan/k_v89/k0710her.htm#author)
  8. The Centre for Recording Achievement for JISC. (2009). The Role of e-Portfolios in Formative and Summative Assessment. Report of the JISC-funded Study [www.jisc.ac.uk/media/documents/programmes/.../eportfinalreport.doc](http://www.jisc.ac.uk/media/documents/programmes/.../eportfinalreport.doc)



## كيف تُسوّق

# إمدارتك العربية في العالم؟

محمد بن عبدالله الفريح

الجزء الثاني

كاتب ومفكر ومدير إدارة النشر والترجمة - شركة العبيكان للتعليم

لا شك أن الحديث عن الكتاب حديث مهم، كيف لا، والكتاب وعاء الثقافة الرصينة والفكر المستقر، وهو خزانة المعارف الإنسانية، ومستودع التجارب البشرية المتراكمة، يحفظها السلف للخلف كي ينطلق الخلف منها ويبني عليها. إن صناعة وتسويق الكتاب في الدول المتقدمة تحقق دخلاً كبيراً يفوق بعض الأحيان دخل العديد من الصناعات الأخرى، بل ربما يفوق الدخل الذي يحققه المنتج نفسه، بينما نجد ما زالت في بعض الدول النامية تحتل موقعاً هامشياً على الخريطة الاقتصادية، وذلك نتيجة لبعض الظروف الاقتصادية والاجتماعية والسياسية السائدة في هذه الدول والتي منها كثير من الدول العربية. وفي الآونة الأخيرة خطى الكتاب العربي بصفة عامة خطوات مهمة وقفز قفزات نوعية من حيث العناية به تأليفاً ونشراً في العديد من كبريات دول النشر العربية، إلا أنه لا يزال يعاني من بعض المعوقات التي تعوق تسويقه سواء داخل الدول العربية نفسها أو خارجها. ومما يلفت النظر ويستحق التوقف عنده كثيراً ذلك الرقم المنخفض لعدد الكتب التي تطبع من كل عنوان جديد، حيث ذكر بعض أصحاب دور النشر العربية أنهم يطبعون من 500 إلى 1000 نسخة من كل عنوان وبالكااد يتم تصريفها. وعند مقارنة هذا الرقم المتدني مع ما يطبع في الدول المتقدمة يظهر لنا الفارق الكبير جداً، فيماذا يعزى هذا؟

وحيث أن الكتاب العربي في الوقت الحالي بالذات بحاجة ماسة إلى الدعم المستمر من أطراف عديدة لكي يكون في متناول الجميع فإننا في هذه الأسطر سوف نلقي الضوء على موضوع تنفيذ بعض الوسائل العملية لتسويق الكتاب من خلال تنفيذ بعض الأفكار. ويعنى تسويق الكتاب بمفهومه العلمي الحديث جميع الأنشطة التجارية (الفنية والتقنية والإدارية) المتعلقة بتوصيل الكتاب من الناشر إلى القارئ. وتهدف هذه الأسطر بصفة عامة إلى خدمة ودعم الكاتب والمؤلف والناشر العربي ومساعدته في تغيير طريقة تفكيره نحو تسويق كتابه، وذلك بمحاولة التعرف على بعض الأساليب العلمية المتطورة التي تساعد على الترويج للكتاب بالقدر المناسب الذي يتلائم مع المتغيرات في هذه الصناعة، ومن المؤكد بأنه كلما ازدادت أعداد النسخ الموزعة من كل كتاب فإن هذا ينعكس بالطبع إيجاباً على مسيرة التنمية عموماً وعلى الثراء المعرفي للبشر بشكل أوسع، ويرفع بالتالي من مستوى الفرد العلمي والثقافي والمعرفي. وحول موضوع تسويق الكتاب تتلخص القضايا التي سيتم إستعراضها في هذه الأسطر على النقاط التالية والتي تم ذكرها بشكل مقتضب وسريع مع ذكر مثال عليها مع رابط على الشبكة لزيادة المعلومات لمن أراد التوسع في أي نقطة من النقاط المذكورة راجياً من الله أن تكون ذات قيمة مضافة للقارئ والمؤلف والناشر على حد سواء.

لا بد من القضاء على آفتين نفسييتين في الرأي العام عندنا  
ألا وهما:

الإعتقاد في المعجزات وانتظار المساعدة من الآخرين

علي عزت بيجوفيتش

(معادلة بسيطة)

=

مبيعات عالية جداً غير متوقعة

بعد تطبيق المعطيات

لا شك في أن عالماً العربي يشكو من ضعف شديد في انت شار الكتب على الرغم من أنه يمتلك ميزة لا تملكها أي أمم أخرى، وهي الوحدة في اللغة، والجغرافيا، والوضع الاقتصادي والموارد إلى حد ما، ويظن كثير من الناس

أن أمتنا لا تقرأ، وهذا اعتقاد خاطئ، صحيح أن قراءنا قلائل، ولكنهم غير منعدمين والدليل على هذا أن:

• أفضل كتب تباع في العالم هي كتب المناهج والمقررات الدراسية في الجامعات والكليات والمعاهد وفي مراحل التعليم المختلفة (لدينا 50 مليون طالب).

• أفضل كتاب يباع هو (القرآن الكريم).

• أفضل كتاب عربي صار له شهرة هو لا تحزن (أكثر من 10 ملايين نسخة، بأكثر من ثلاثين لغة عالمية).

• إذا نظرنا إلى سبب ارتفاع المبيعات سوف تجد أنها الشهرة، عندما علم الناس بالكتاب طلبوه من الباعة ومن ثم أصبح الطلب عليه قوياً جداً.

• فهل فكرنا يوماً كم كتاباً أكثر قيمة علمية منه، ويستحق أن ينتشر، ولم يوفق لهذا؟

• هل فكرنا يوماً كيف تستطيع دور النشر الغربية في الدول المتقدمة أن تباع كل هذه الكميات من الكتب مثال: (كتاب هاري بوتر باع 400 مليون

نسخة).

• نحن لا نستطيع أن نقيم الوضع الحقيقي لسوق الكتاب في العالم العربي، حتى نحل مشكلة.

• كيف نعرف بالكتاب؟ وكيف يستطيع الباحث أن يصل إلى مبتغاه من الكتب؟ وأخص هنا القراء في العالم العربي، أما يوجد عندنا مليون قارئ من بين 450 مليون عربي؟ هل هذا معقول؟ أكيد يوجد.

• ولكن (من يعرف من)؟ هذه هي المشكلة.

أرفق لكم في هذا العرض آليات تعريف وبيع الكتاب في العالم العربي ومن ثم في العالم الغربي. هناك نوعان من التسجيل:

• النوع الأول: التسجيل المجاني تستطيع أن تسجل اسم الكتاب، وتضع له بعض المعلومات وصورة الغلاف

- نسبة الخصم - اسم الموزع - تصنيف الكتاب.

• النوع الثاني: التسجيل المأجور، وهو الأفضل.

تستطيع أن تضع صوراً أكثر عن الكتاب تشرح عنه، أكثر هذا يساعد على ظهور الكتاب من خلال محركات البحث بشكل أفضل، وبالتجربة الكتب التي تم تسجيلها بهذه الطريقة كان نشرها أفضل بكثير، التكلفة 4 جنيهات

استرليني للكتاب الواحد إن كان مطبوعاً بالسوق، 10 جنيه استرلينيًا للكتاب الواحد إن كان سيطلع في العام

القادم طبعاً هذه العملية تضمن انتشار الكتاب، إن لم يتم العمل على الترويج له بالشكل اللائق، وهذه الآلية تؤمن:

- 1- تعريف الكتاب على محركات البحث في العالم.
- 2- تعرف من أين يطلب الكتاب.
- 3- نسبة الخصم بالنسبة للتجار وموزعي الكتب والمكتبات.

### ملاحظة مهمة:

موقع أمازون بالذات يحتاج إلى شيء آخر، وهو إضافة الكتاب من قبل البائع؛ لأن أمازون لا يشتري الكتاب إلا في حال الطلب الكبير من النسخ ونسبة الخصم التي يطلبها أمازون تصل إلى 60% أما بالنسبة إلى بقية الشركات التجارية، فهي تطلب من دارالنشر أو الموزع، حتى لو كانت نسخة واحدة فقط.

آلية البيع على أمازون:

1- البائع بهذه الحالة هو من يقوم برفع الكتاب على أمازون أو عن طريق الوكيل، وتضع السعر الذي يناسبك مع قيمة الشحن أو من دونها والأمازون يأخذ 20%.

2- أن تباع للأمازون، وهو المسؤول عن البيع والساد، وهذا لا يتم إلا إن ضمن الأمازون بيع الكتاب وبكميات كبيرة وبخصم يصل إلى 60%.

3- أن تضع البضاعة عند الأمازون برسم البيع، وهو يقوم بالبيع والشحن.

وهذه الميزة هي الأكثر فاعلية؛ لأن الزبون يطمئن على جودة البضاعة، والسرعة بالشحن والاستبدال أو التراجع إذا أحب الزبون ذلك.

### (المعطيات الرئيسية للتسويق)

1	العنوان التسويقي.	20	النشر المتسلسل للكتاب.
2	العنوان الشارح التسويقي.	21	التعريف بالكتاب قبل النشر (صورة الغلاف والنبذة التعريفية).
3	الغلاف التسويقي.	22	الإتاحة عبر المتاجر المشهورة للكتب (أمازون) بوصفه مثلاً.
4	النبذة التسويقية.	23	الإتاحة المجانية المؤقتة.
5	المقدمة التسويقية.	24	الإتاحة المجانية الدائمة.
6	الألوان التسويقية.	25	إنشاء حساب للكتاب عبر شبكة تويتر.
7	المقاس التسويقي.	26	إنشاء حساب للكتاب عبر شبكة فيس بوك.
8	المحاضرات التسويقية عن الكتب.	27	إنشاء مقاطع أو حساب للكتاب عبر يوتيوب.
9	حفلات توقيع الكتب.	28	رفع مقطع أو إنشاء حساب للكتاب عبر كيك.
10	التسويق عبر شبكات التواصل الاجتماعي.	29	التسويق من خلال متاجر الكتب الورقية والرقمية وشبكات مواقع الكتب.
11	التسويق عبر مواقع البيع الإلكتروني بشكل ورقي.	30	الانتشار من خلال المشاركة بجوائز الكتب والبحوث والدراسات.
12	التسويق بإتاحة النسخة الإلكترونية.	31	التسويق من خلال وكالات بيع حقوق الكتب.
13	التسويق عبر البريد الإلكتروني.	32	التسويق عبر مواقع شركات التوزيع الإلكتروني الأجنبية.
14	التسويق عبر الرسائل النصية القصيرة.	33	طرق عامة ومتنوعة.
15	التعريف بالكتاب عبر بعض المواقع المتخصصة.		
16	الروابط التسويقية.		(نيلسون بوك داتا)
17	حملات BR.		
18	الإتاحة المجانية للكتب.		
19	التوزيع المقتمن على بعض القطاعات والأفراد.		

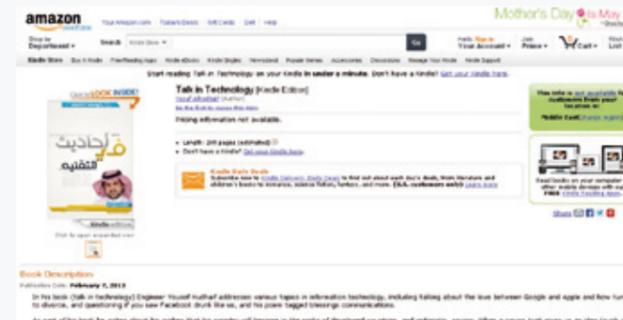


**الكتاب: فن إدارة المواقف.**

عدد مرات التحميل المجاني 2.500.000 - عدد النسخ المباعة خلال 2 سنتين قرابة 10.000 نسخة  
الرباط:

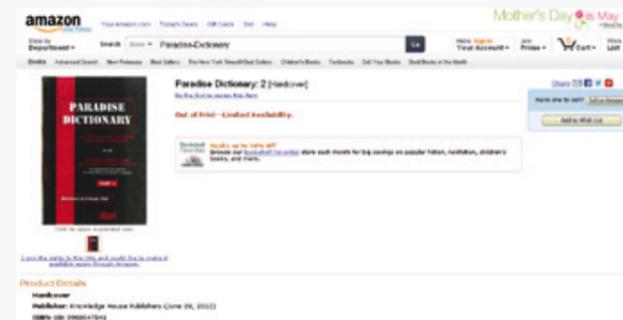
<http://www.noonbooks.com>

فن - إدارة- المواقف- الطبعة- الثانية-منقح- .html



**مثال: معجم الضردوس - المؤلف مهند الفلوجي.**

[http://www.amazon.com/Paradise-Dictionary-2/dp/9960547841/ref=sr\\_1\\_5?ie=UTF8&qid=13670136keywords=Paradise-Dictionary&5-76&sr=8](http://www.amazon.com/Paradise-Dictionary-2/dp/9960547841/ref=sr_1_5?ie=UTF8&qid=13670136keywords=Paradise-Dictionary&5-76&sr=8)



**التعريف بالكتاب قبل النشر (صورة الغلاف والنبذة التعريفية):**

يُعدّ نشر غلاف ومعلومات عن الكتاب قبل صدوره أمراً مهماً لدى كثير من الناشرين الدوليين، من أمثال ميكروهيل وبيرسون ورائدوم هاوس وبينجوين وشبرنقير، حيث ترى كثيراً من المعلومات وصور أغلفة الكتب ونبذة تعريفية عن الكتاب في حدود 200 إلى 300 كلمة إضافة إلى بيانات عن المؤلف، وكذلك بيانات تفصيلية عن الكتاب، وذلك يحفز على الترويج للكتاب والتسويق له، حتى على مستوى بيع الحقوق للغات الأخرى، وذلك من الطبيعي أن ترى كتاباً يوجد له بيانات على موقع أمازون مثلاً وتحتاج أن الكتاب سينشر في منتصف 2014.

**مثال: موسوعة المسؤولية الاجتماعية encyclopedia of corporate social responsibility**

[http://www.amazon.com/Encyclopedia-Corporate-Social-Responsibility-Samuel/dp/3642280358/ref=sr\\_1\\_1?ie=UTF8&qid=13key&1-63599144&sr=8words=encyclopedia+of+corporate+social+responsibility](http://www.amazon.com/Encyclopedia-Corporate-Social-Responsibility-Samuel/dp/3642280358/ref=sr_1_1?ie=UTF8&qid=13key&1-63599144&sr=8words=encyclopedia+of+corporate+social+responsibility)



**إنشاء مقاطع أو حساب للكتاب عبر يوتيوب:**

وهذه مثل سابقتها على الفيس بوك وتويتر إلا إنها تعدّ الأقوى في التأثير على التعريف بالكتاب والترويج له ولأفكار والأهداف الواردة فيه، ويمكن تحويل الكتاب إلى حلقات ومقاطع مرئية مجردة تكون مشوقة وجذابة للقارئ.

**مثال: كتاب السر.**

عدد المقاطع قرابة 40 مقطعاً متتوفاً.

<http://www.youtube.com/watch?v=VFRpROBtcc&feature=py>



وينبثق من فكرة اليوتيوب هذه فكرة الترويج المحدد للكتب من خلال مقاطع قصيرة تعطي نبذة أو لمحة سريعة عن الكتاب وتغطيته الموضوعية، وكذلك بعض البيانات التفصيلية عن الكتاب أو المؤلف داخل هذه المقاطع.

**مثال: كتاب سر المعبد.**

<http://www.youtube.com/watch?v=SIoFRZhfS-I>



**إنشاء حساب للكتاب عبر شبكة تويتر:**

هي فكرة جديدة نسبياً، نظراً لحدثة برنامج تويتر إلا أن فعالية تسويق أفكار وبرامج الكتاب، وكذلك تسويق النسخ الإلكترونية والورقية من الكتاب أصبحت شبه مؤكدة، وذلك نظراً للانتشار غير المسبوق لشبكات التواصل الاجتماعي، وكذلك سهولة البحث عنه أو مراجعة المواد المطروحة بالكتاب وكذلك معرفة آراء ومقترحات ونقاشات المشتركين قبل أخذ قرار الشراء، والأمر الآخر هو استخدام تويتر للترويج للمنتجات والخدمات بكل أشكالها وألوانها بما فيها الكتب.

**الكتاب: بيكاسو وستار بوكس.**

[https://twitter.com/Picasso\\_\\_book](https://twitter.com/Picasso__book)



**الإتاحة المجانية المؤقتة:**

ولا أدل على هذه النقطة من وصول رابط لي قبل شهر تقريباً فقط لمكتبة الحساب؛ ليقوم القارئ بعد ذلك بشراء الكتاب، إما بنسخته الورقية أو الإلكترونية، وبذلك تكون هذه الطريقة غير مسبقة في عالم تسويق وترويج الكتب والمطبوعات عموماً.

**مثال: The Big Four**

<http://openlibrary.org/>



**الإتاحة المجانية الدائمة:**

هذه الخدمة تطلق غالباً من قبل المؤلفين مباشرة، وليس من قبل دور النشر؛ نظراً لارتباط العملية بحقوق الملكية الخاصة بالنشر الإلكتروني والورقي، وهذه العملية أثرت تأثيراً مباشراً في عمليات تسويق النسخة الورقية من الكتاب دون قياس، وقد تمت الإتاحة عن طريق أكثر من 20 موقع إلكتروني.

**الإتاحة عبر المتاجر المشهورة للكتب (أمازون) بوصفه مثالاً:**

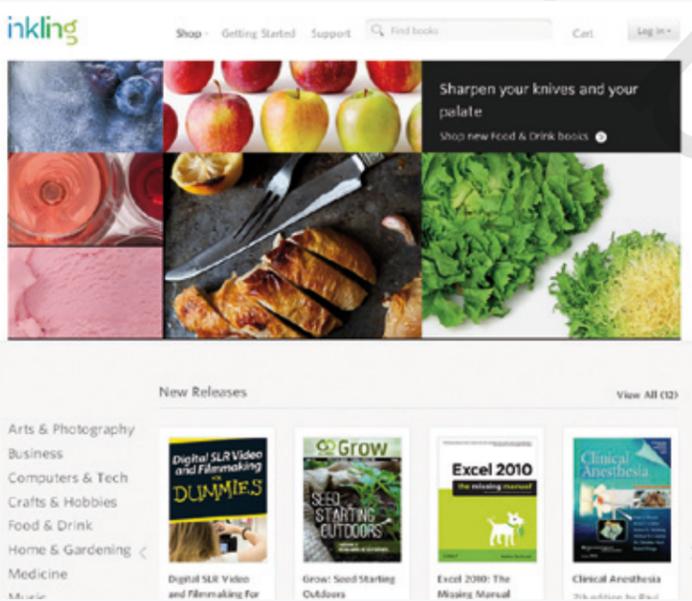
تُعدّ هذه الخدمة التي أطلقت حديثاً للمكتبة العربية من أهم وأبرز الوسائل للترويج والإنتشار، إذ أن متجر أمازون يُعدّ من دون منازع المرجع الرئيس لشراء الكتب في العالم، وتحرص جميع دور النشر على رفع وبيع وتسويق كتبها من خلاله، ويحتوي الموقع على ما يقارب 4.000.000 كتاب بمختلف اللغات ليس من ضمنها العربية إلا قبل شهر من الآن وبشكل لا يذكر.

**مثال: كتاب Talk in Technology المؤلف: يوسف الحضيف.**

[http://www.amazon.com/gp/product/B00BD49OMW?ie=UTF8&force-fullsite\\_ref=aw\\_bottom\\_links&1](http://www.amazon.com/gp/product/B00BD49OMW?ie=UTF8&force-fullsite_ref=aw_bottom_links&1)

**موقع إن كيلينك**

موقع متنوع وشائق لرفع الكتب وبيعها والتعريف بها وبالبيانات الوصفية للكتب:  
<https://www.inkling.com>



**موقع ويكي الكتب:** وهو موقع عالمي ومنظمة غير ربحية تهتم بنشر مصادر المعرفة المفتوحة، ويمكن نشر الكتب أو أجزاء منها من خلال الموقع دون تكاليف، يشترطون وجود حماية وحقوق ملكية للكتب.  
<http://ar.wikibooks.org/wiki>



**ثانياً: التسويق من خلال المواقع العالمية للكتب:**

**موقع أوثونومي:** التابع لدار هابر كولنز

<http://authonomy.com/>

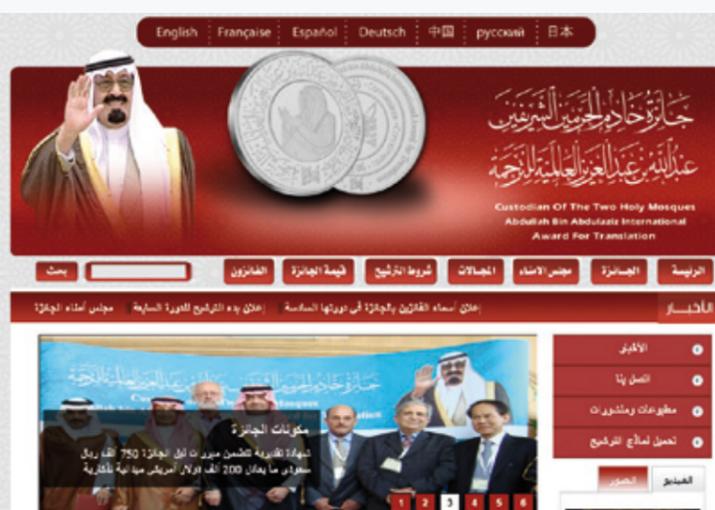


**الانتشار من خلال المشاركة بجوائز الكتب والبحوث والدراسات:**

يمثل هذا العنصر عاملاً مهماً في الترويج للكتب وللعلامة التجارية للمؤلف والنشر على حد سواء، وهي تلقى اهتماماً لدى دور النشر والمؤلفين الغربيين، وتحقق دخلاً جيداً وتسويقاً مهماً للطرفين على حد سواء. نماذج للجوائز في المنطقة العربية:

**جائزة خادم الحرمين الشريفين العالمية للترجمة - السعودية**

<http://www.translationaward.org/ar/default.aspx>

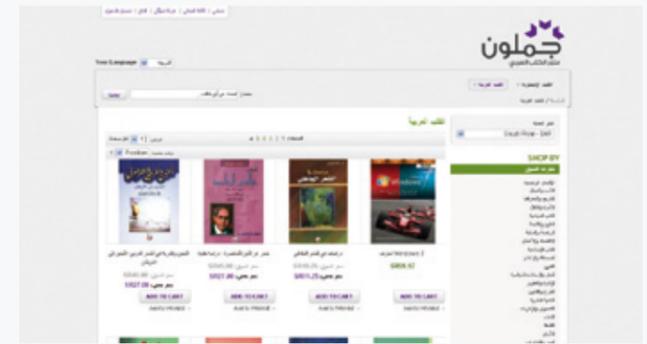


**جائزة حمدان بن راشد آل مكتوم للأداء التعليمي - الإمارات**

<http://www.ha.ae/index.php?lang=ar>

**موقع جملون:**

<http://jamalon.com/ar/books>



**موقع أبجد:**

<http://www.abjzad.com/Book/15445335>



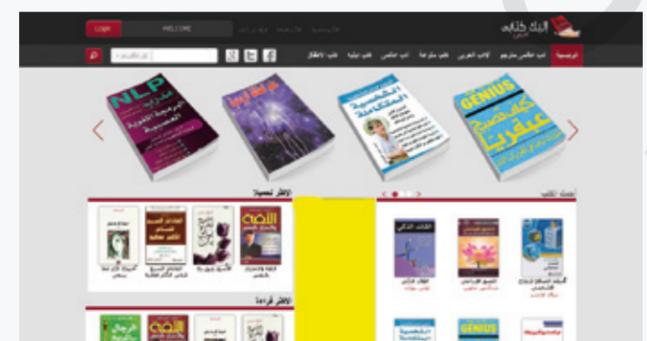
**موقع كتب مي:** تذوق طعم الكتب هذه عبارة عن شبكة اجتماعية عربية للمؤلفين والكتاب، وتتيح خدمة التوا صل بين المؤلفين والقراء.

<http://www.klamtech.com>



**موقع ماي بوك:** يُعدّ من الموقع التي تقوم بتوفير قراءة الكتاب بطريقتين، إما التحميل مباشرة أو القراءة من الموقع، تم وضع إشارة للحماية من الكتب المقرصنة.

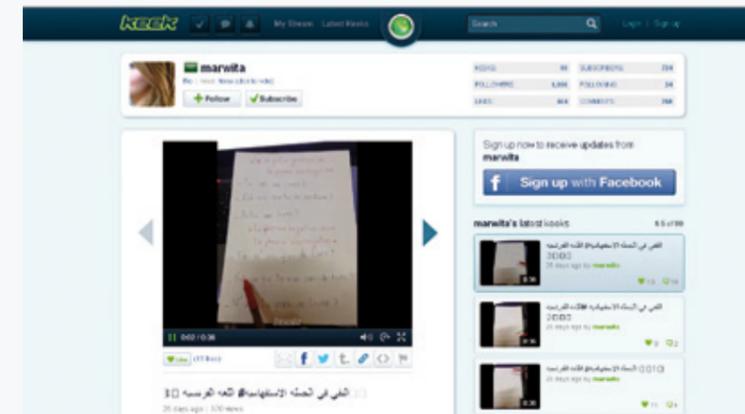
<http://mybook4u.com/>



**رفع مقطع أو إنشاء حساب للكتاب عبر كيك:**

وهذه مثل السابقة إلا أن عيبه اقصر مدة العرض الخاصة بالمعلومات أو الموضوعات المراد نشرها عن الكتاب، ولكنها تُعدّ جديدة وحديثة نسبياً ربما تتطور مستقبلاً لنشهد استخدامها أوسع وأعمق لهذه التقنيات وفي التسويق والترويج للكتب.  
**مثال:** كتاب المرشد إلى اللغة الفرنسية.

<http://www.keek.com/marwita/keeks/RDdxbab#o%dxbab>



**التسويق من خلال متاجر الكتب الورقية والرقمية وشبكات مواقع الكتب:**

أولاً العربية: وهذه الخدمة مهمة جداً للقارئ العربي في المنطقة العربية، وغيرها من المناطق التي يوجد بها ناطقون باللغة العربية، ولاتوافر لديهم معلومات عن الكتب ومراجعاتها.

**أي مول:**

<http://www.e-mall.com.sa/english/buyer>



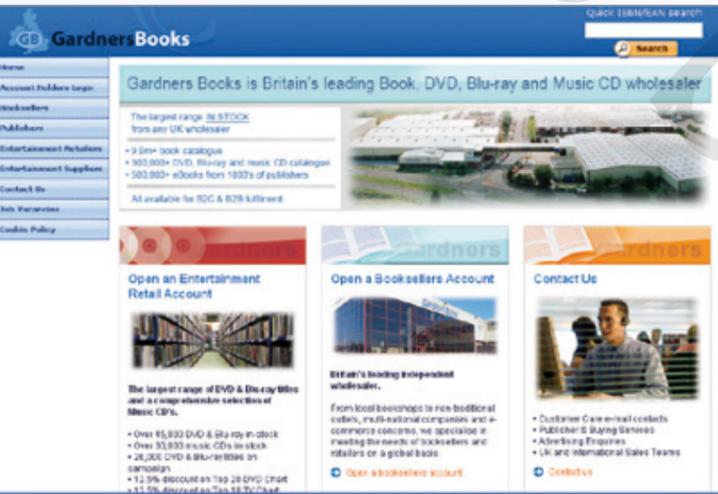
**موقع نيل وفرات:**

<http://www.neelwafurat.com/>

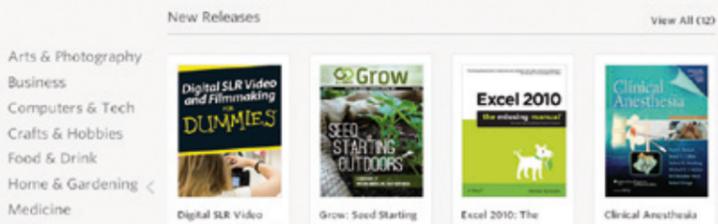
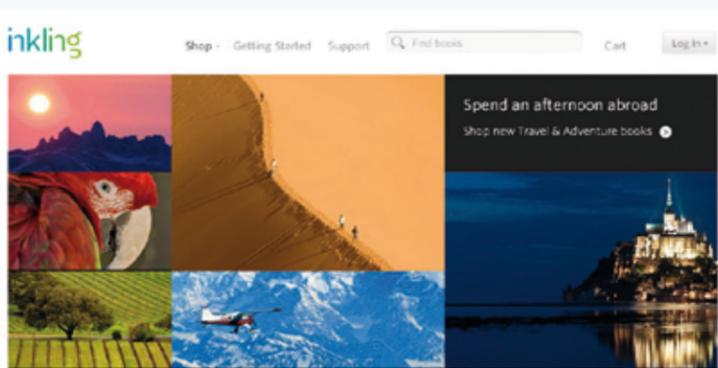


<http://www.gardners.com/gardners/default.aspx>

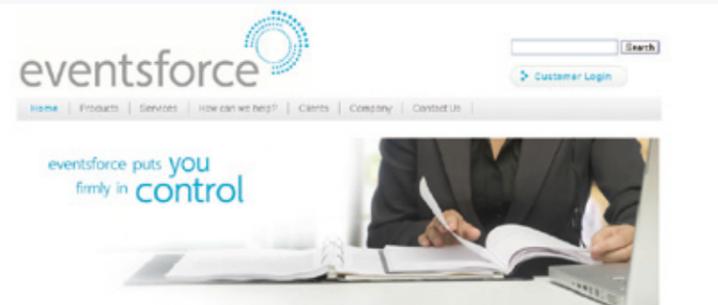
(book distributor)  
the largest book distributor



<https://www.inkling.com>



<https://www.eventsforce.net/bookseller/frontend/reg/thome>



✿ جائزة الملك فيصل العالمية

<http://www.kff.com/AR01/KFIP/KFIPIndex.html>



✿ جائزة حمدان بن راشد

<http://www.moe.gov.sa/pages/default.aspx>



التسويق من خلال وكالات بيع حقوق الكتب:

[www.kaynaklicensing.com/Default.aspx](http://www.kaynaklicensing.com/Default.aspx)



<http://www.wylieagency.com/clients.html>



✿ جائزة الشارقة لتكريم دور النشر مرتبطة بمعرض الكتاب

[www.sdci.gov.ae/awards3.html](http://www.sdci.gov.ae/awards3.html)



✿ جائزة خليفة التربوية

<http://khaward.ae>



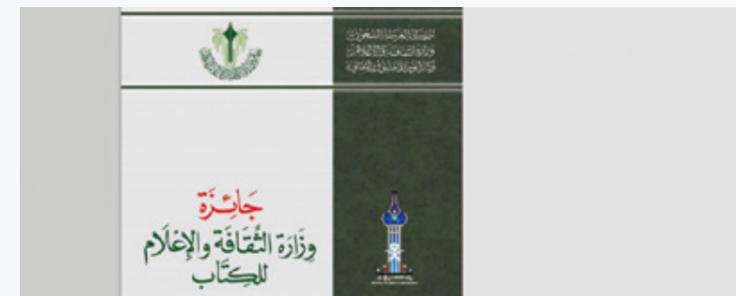
✿ الجائزة العالمية للرواية العربية

[www.arabicfiction.org/ar/home.html](http://www.arabicfiction.org/ar/home.html)



✿ جائزة وزارة الثقافة والإعلام - السعودية

<http://www.riyadhbookfair.org.sa/Pages/MOCIPrize.aspx>



✿ جائزة الشيخ زايد بن سلطان آل نهيان - الإمارات - 9 جوائز متنوعة

[www.zayedaward.ae/portal/ar/default.aspx](http://www.zayedaward.ae/portal/ar/default.aspx)



✿ جائزة مؤسسة الكويت للتقدم العلمي - الكويت

<http://www.kfas.com/>



✿ جائزة مؤسسة الفكر العربي - لبنان

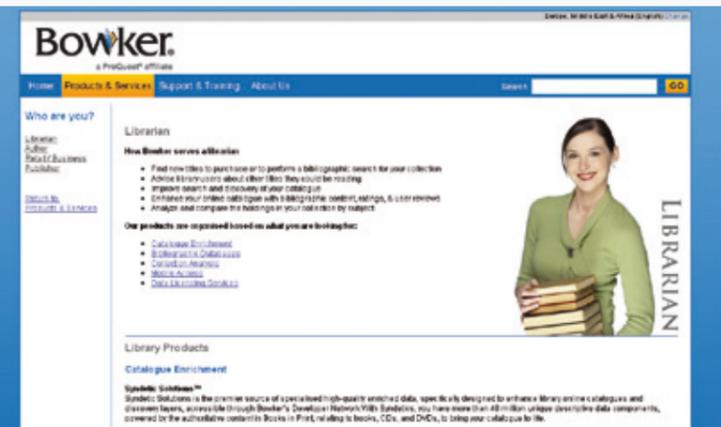
<http://arabi21.arabthought.org/index.php?lang=en>

**طرق عامة ومتنوعة:**

كتابة نبذة باللغتين (العربية والإنجليزية) عن المؤلف بطريقة جذابة تساعد على الترويج للمؤلف من خلال شبكات التواصل الاجتماعي.



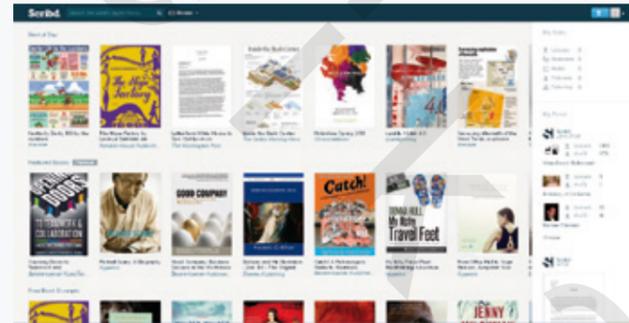
[http://www.bowker.co.uk/en-UK/products/customer\\_type/serv\\_custype\\_librarian.shtml](http://www.bowker.co.uk/en-UK/products/customer_type/serv_custype_librarian.shtml)



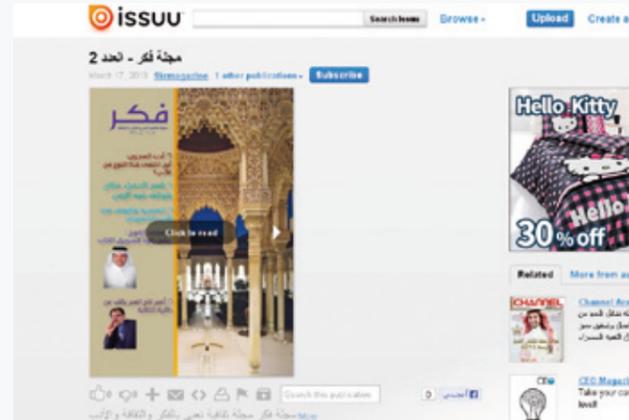
<http://www.apperbook.com>



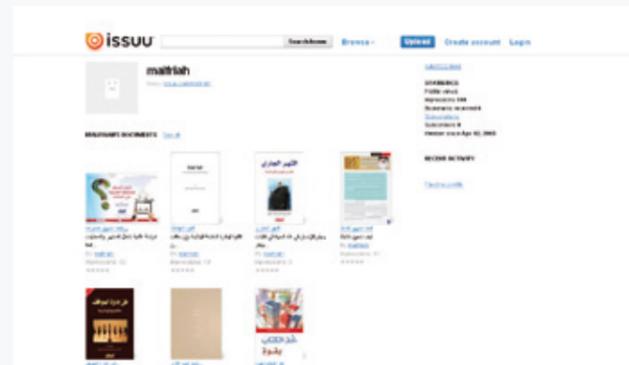
<http://ar.scribd.com>



[http://issuu.com/fikrmagazine/docs/fikr\\_magazine-2](http://issuu.com/fikrmagazine/docs/fikr_magazine-2)



<http://issuu.com/malfriah>



الحقيقي للعثور على أفضل العروض في ثوانٍ أكثر من 15 مليون كتاب.



<http://theexperimentpublishing.com>



<http://bestsellingbooksrightsagency.com>



<http://publishondemandglobal.com>

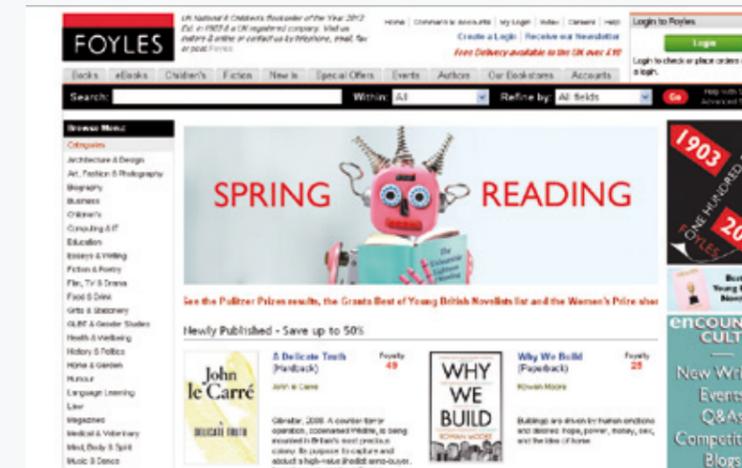


**التسويق عبر مواقع شركات التوزيع الإلكتروني الأجنبية:**

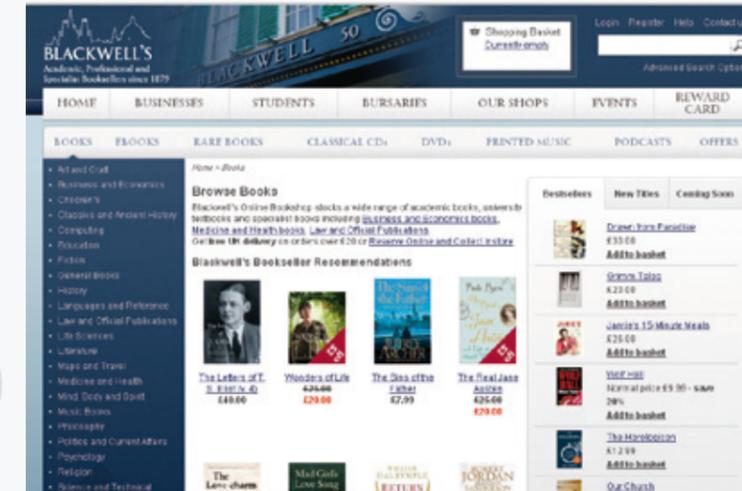
<http://www.waterstones.com/waterstonesweb/>  
(retailer ) 300 branch the largest book retailer)



<http://www.foyles.co.uk/>  
(5- 6 branch ) very very professional)



<http://bookshop.blackwell.co.uk/jsp/buy.jsp>



<http://www.bookbutler.com>

مقارنة الأسعار في المتاجر في 54 موقع على الانترنت والأسواق في الوقت

# نيلسن بوك داتا Nielsen Book Data

نيلسن القابضة NV NYSE NLSN هي شركة عالمية للمعلومات والقياس رائدة في السوق في مجال التسويق وتزويد المستهلك بالمعلومات الخاصة بالكتب والناشرين والموزعين وشبكات المكتبات العامة والتجارية. <http://www.nielsenbookdata.co.uk/controller.php?page=1>



تجمع المعلومات من 70 بلداً حول العالم.

تغطي 100 دولة حول العالم في التسويق.

المملكة المتحدة وإيرلندا وأوروبا وأستراليا ونيوزيلندا وجنوب إفريقيا.

أكثر من 18.600.000 عنوان، تجار التجزئة، ومواقع الانترنت والمكتبات وخدمات متخصصة.

## لدى شركة نيلسن أربع ماركات رئيسية:

(1) وكالات التسجيل ISBN ووكالات SAN المملكة المتحدة و إيرلندا . ITC

(2) BookData .

(3) BookScan .

(4) BookNet .

## المعلومات: BookData

تقدم نيلسن خدمات ذات قيمة مضافة لصناعة عمليات الكتب . Transation BookNet .

• خدمة تحليل مبيعات التجزئة من نيلسن BookScan .

• انضم لقاعدة البيانات 55 مكتبة عامة من المملكة المتحدة والرقم في زيادة سريعة.

• منصة رائدة في مجال خدمة الشبكات الواحد توفر: البحث، الاختيار.

• تحتل مرتبة رفيعة في ترتيب المبيعات للمكتبات، وباعة الكتب.

• حل سريع وسهل لاستخدام الخدمات عبر الإنترنت بالنسبة للناشرين.

• خدمة تحرير نيلسن (PubWeb) لضمان وصول البيانات إلى العملاء في الوقت المناسب.

• أهمية ممتازة في جودة قاعدة البيانات.

• مساعدة الناشرين عن طريق نشر المعلومات عن الكتب والمكتبات وموزعي الكتب في جميع أنحاء العالم.

• وظيفة البحث في البيانات المخصصة، مما يسمح لمشتري الكتاب بالبحث عن عناوين للمثور على ما يريد بسرعة وسهولة.

• يقدم المعلومات والخدمات للعملاء وأصحاب المكتبات والموزعين في جميع أنحاء العالم.

• دليل إنتاج مخطط بسيط لمساعدتك على فهم العملية إذا كنت جديداً على النشر: (دليل الناشر).

• خدمة تسجيل مجانية.

• تعزيز خدمة القوائم.

• شرح كامل لكيفية تأمين البيانات الخاصة بك.

• توريد إلكتروني للبيانات والصور من خلال نظامي - ONIX PubWeb أون لاين.

• الأغلفة.

• المطبوعات.

• بناء وإدخال العناوين الجديدة.

• تغيير تفاصيل وبيانات الموزعين الخاصين بك.

• خدمات نيلسن ( BookData ) المعلومات الهامة.

• نيلسن BookData على الانترنت.

• نيلسن خدمة BookData MARC للناشرين.

## عرض العناوين مجاناً:

• يقدم خدمة القائمة الحرة لجميع الناشرين من الكتب باللغة الإنجليزية بغض النظر عن حجمها أو مكانها أو نوعها.

• هذه الخدمة تتيح لك عرض المعلومات الأساسية عن كل العناوين الخاصة بك، والتي يتم تجميعها ومن ثم نشرها من خلال الخدمات التي يقدمها للعملاء في جميع أنحاء العالم في الوقت المناسب من خلال توفير

معلومات دقيقة وكاملة لكتبتك.

• تستخدم كإطار لمتجر المنشورات مما يسمح للمشتريين أخذ قرارات مستنيرة إستناداً إلى المعلومات المتاحة.

• هذه المعلومات ضرورية بالنسبة لمشتري الكتاب وأمناء المكتبات وموزعي الكتب والمكتبات التجارية.

شروط الخدمة:

• لديك معرف قياسي مناسب، وصالح لتطبيقها بشكل مناسب (على سبيل المثال ISBN, EAN).

• سيتم توزيع الكتاب من خلال المكتبات والتجار في المملكة المتحدة وإيرلندا ودول رئيسية باللغة الإنجليزية

أو غيرها من الأسواق ذات الأهمية بالنسبة لباعة الكتب والمكتبات.

## الخدمة المعززة - خدمة رسم الا اشتراك:

• الاشتراك في خدمة نيلسن المحسنة (BookData) يضمن لك أن كتبتك سوف تبرز عن بقية الكتب الأخرى.

• في هذه السوق التنافسية السريعة كتبتك بحاجة إلى (BookData) لتوفر سجلات الكتب بشكل غني ومتكامل والتي تسمح وتساعد المشتريين

على اتخاذ قرارات الشراء.

فوائد عامة:

• سيكون لديك إمكانية الوصول إلى خدمات اسم المحرر الذي يدير معلوماتك.

• ضمان الدقة والاتساق والتوقيت واكتمال السجلات الخاصة بك.

• إعطاء أهمية أكبر إلى كتبتك عندما ينظر إليها من قبل المشتريين في جميع أنحاء العالم.

• الناشرين الكبار والصغار يمكن أن يعتمدوا على نيلسن لتجميع المعلومات الخاصة بهم وذلك لضمان الدقة والاتساق ويكون واثقاً من تقديم المعلومات إلى آلاف من العملاء في جميع أنحاء العالم خاصة في مجموعة متنوعة واسعة من الأشكال والاتجاهات، حتى تتمكن من الحصول على مهمة نشر وتوزيع الكتب بشكل أفضل.

• الناشرين الكبار والصغار يمكن أن يعتمدوا على نيلسن لتجميع المعلومات الخاصة بهم وذلك لضمان الدقة والاتساق ويكون واثقاً من تقديم المعلومات إلى آلاف من العملاء في جميع أنحاء العالم خاصة في مجموعة متنوعة واسعة من الأشكال والاتجاهات، حتى تتمكن من الحصول على مهمة نشر وتوزيع الكتب بشكل أفضل.

• اشتراك سنوي يدفع وعلى أساس (كل عنوان) أساساً للمنشورات الجديدة (بما في ذلك المنتجات الرقمية) مما يتيح لك الحصول على كافة مزايا نيلسن BookData المحسنة.

فائدة إضافية تتمثل في رؤية المبيعات الخاص بك لمدة تصل إلى 3 أرقام ISBN . إذا قمت بنشر 15 عنواناً أو أقل.

• مساعدتك في أخذ قرار تكليف الإدارة بالطبع وإدارة المخزون.

• توريد البيانات والصور:

تقبل البيانات في مجموعة متنوعة من الأشكال:

• إلكترونيًا.

• على الانترنت.

• المواد المطبوعة.

• تحليل بيانات متكامل وفريق يعمل بشكل وثيق مع الناشرين لتقديم المشورة بشأن أفضل الممارسات واستخدام التكنولوجيا لتوفير المعلومات إلكترونيًا.

• علينا أن نضمن أيضاً استيفاء المعايير في توفير المعلومات: الاختبار وضمان الدقة والاتساق.

• لدينا فريق من ذوي الخبرة هو في متناول اليد لمساعدتك على توفير المعلومات الخاصة بك في شكل إلكتروني مهما كانت قدراتك الخاصة.

الصيغة الإلكترونية:

• المتطلبات الأساسية لتوفير أي بيانات في شكل إلكتروني هي:

• يجب تقديم بيانات المنتج في ملف منظم مع كل عنصر محدد بما فيه الكفاية للسماح للإستيراد لقاعدة بياناتنا.

• يتم توثيق البيانات بوضوح كامل من خلال قوائم الرموز المستخدمة.

• يتم توفير الملفات إلى جدول عادي ومن ثم تتم الموافقة بعد فترة من الاختبار الاستيراد (وحمولة كاملة) مبدئية.

• أن تقدم المعلومات إلكترونيًا.

## معييار ONIX:

• ONIX (أون لاين تبادل المعلومات) هو معيار دولي لتمثيل وإيصال المعلومات الخاصة بالكتاب أو المنتج في شكل إلكتروني. وعلى هذا النحو، فمن المفضل تلقي المعلومات الكاملة لمنتجات من الناشرين.

• تم الاشتراك مع ONIX للكتب منذ البداية. ويمكن استخدام ONIX من قبل الناشرين من جميع الأحجام وفي مستويات مختلفة من التعقيد.

(التحرير والجهاز الفني) مع الناشرين مثل هاربر كولينز، دار بلومزبري، وغيرها الكثير لمساعدتها على تنفيذ المعايير ولأن وصلنا معلومات منظمة في شكل ONIX من أكثر من 160 ناشر.

## على الانترنت:

### تحرير خدمة للناشرين PubWeb :

• نيلسن PubWeb مجانية لجميع الناشرين ويسمح لك بإدخال العناوين الخاصة بك، تغيير أو تعديل المعلومات بسرعة وكفاءة لضم ان وصول معلوماتك بشكل حيوي عن كتبتك، وأنها تصل إلى بائعي الكتب والمكتبات في جميع أنحاء العالم في أقرب فرصة ممكنة.

• تغطية الصور مباشرة على PubWeb. والآن تستخدم على نطاق واسع هذه الخدمة من قبل الآلاف من الناشرين في المملكة المتحدة.

### صور الغلاف:

• يعتبر الغلاف عنصراً حاسماً لمعلومات الكتاب التي تقدمها، وأداة بيع ضرورية بالنسبة للمبيعات، ونحن نقبل ذلك من جميع الناشرين لإدراجها في قاعدة البيانات لدينا مجاناً. يمكنك إرسال الصور الخاصة بك لنا على CD / DVD ، قرص مرن أو قرص مضغوط. ويمكن إرسال الصور بحجم MB2 عن طريق البريد الإلكتروني.

### المواد المطبوعة:

• بينما نحن الآن بنشاط تشجيع جميع الناشرين والموردين لتوفير بيانات المعلومات إلكترونيًا.

• أننا لا تقبل المواد المطبوعة.

• وذلك بسبب عدم تلقي كافة الحقوق المطلوبة، قد يكون هناك تأخير في تقديم معلوماتك من الناحية المثالية

نود استخدام الوسائل الإلكترونية لتقديم المعلومات لنا لإدراجها في قاعدة البيانات.

### الأغلفة:

• ونحن أيضاً قادرة على مسح أغلفة في الموقع، على الرغم من أنها ستستغرق وقتاً أطول ليتم معالجة الصور على قاعدة البيانات.

• كل خدماتنا تعتمد على المعلومات في الوقت المناسب والدقة منك من أجل أن نتمكن من توفير جودة عالية، في الوقت المناسب وتوفير المعلومات عن كتبتك لعملائك.

• يرجى التأكد من البيانات الخاصة بك وتبقيتها على علم تام بالتغييرات. مهم جداً:

• (BIC) الأساسية هي مجموعة من المعايير المتقدمة في المملكة المتحدة من قبل شركات صناعة الكتاب. فإنها تضع معايير المعلومات لدينا عن المنتج التي ينبغي تزويد الناشرين بها.

• يقدم مبادئ توجيهية ووضع جدول زمني لتوريد هذه المعلومات إلى الشركاء التجاريين.

• كبار تجار التجزئة يريدون أن تكون معلومات المنتجات الجديدة لا تقل عن ( 20 أسبوع قبل النشر). وهذا يعني أنك تحتاج إلى توفير البيانات على ما لا يقل عن 6 أشهر قبل نشرها.

• باستخدام خدمة الإنترنت BookData تمكنك من معرفة كيف يتم عرض العناوين لبائعي الكتب والمكتبات في جميع أنحاء العالم وما ينشر من

قبل المنافسين.

- ربط العديد من المستخدمين مما يعني أنك يمكن أن تجعل BookData على شبكة الإنترنت لعدد من المستخدمين أو عبر عدد من المواقع. هذه الخدمة أمر لا بد منه، والمبيعات والتحرير والتسويق.
- وتستخدم جنباً إلى جنب مع مبيعات BookScan هو أداة الأعمال الأساسية عند اتخاذ قرارات الشراء والطبع.



### خدمة للناشرين BookData MARC:

- خبرة فريق التحرير وفرق التصنيف، جنباً إلى جنب مع معرفتنا الواسعة في السوق، يسمح لنا لتقديم خدمات عالية الجودة إلى (MARC) للعناوين الخاص بك، مما يجعل من السهل بالنسبة لك لتزويد العملاء الخاص بك مع خدمة مصممة خصيصاً وفقاً لاحتياجاتك.
- هل الأمر مختلط عليك حول معايير الجودة المكتبة؟
- هل تحتاج إلى بيانات مارك لمنصة الكتاب الإلكتروني الخاص بك؟
- سواء كنت تبحث عن تسجيلات مارك لجمع الكتب الإلكترونية الخاص بك أو للحصول على إصدارات الطباعة يمكننا أن نورد هذه الخدمة لتلبية احتياجاتك من هذه المعلومات.
- نيلسن BookData هي المزود الرئيس للمعلومات عن الكتب وغيرها وسائل الإعلام لتوفير المعلومات في الوقت المناسب، وتوفير البيانات الدقيقة والشاملة باللغة الإنجليزية للعناوين المنشورة في جميع أنحاء العالم.
- يتم جمع المعلومات من عنوان الناشرين في أكثر من 70 بلداً لضمان إدراج أشمل من العناوين باللغة الإنجليزية بغض النظر عن موقع الناشر، أو حجم التخصص.

### يمكنك الاطلاع على دراسات أجرتها الشركة:

- BookData على الانترنت.
- BookData MARC .
- BookData الوسائط المتعددة.
- سجل BookData خدمة التزويد.
- BookData أون لاين (بحث واختيار).
- خدمتنا عبر الإنترنت تمكّنك من البحث، واكتشاف والتحقق من عناوين الكتب بسرعة وكفاءة وتوفير الوقت والمال بدقة.
- وظائف بديهية يسمح لتتم مشاركتها نتائج البحث داخل النظام الخاص بك، أو عن طريق البريد الإلكتروني طباعة وتبسيط ترتيب وفهرسة العمليات الخاصة بك. مستويات الوصول مصممة ومتاحة من مواقع واحد لمواقع متعددة.

يمكنك الاختيار بين المملكة المتحدة أو التغطية العالمية:

- التغطية: أكثر من 7.700.000 أرقام ISBN فريدة من نوعها نشرت أو توزع في المملكة المتحدة وإيرلندا تغطية عالمية: أكثر من 18.600.000 أرقام ISBN فريدة من نوعها نشرت في المملكة المتحدة وإيرلندا وأوروبا والولايات المتحدة وأستراليا ونيوزيلندا وجنوب أفريقيا وكذلك بيانات من 70 بلداً آخر.

• مصدر واحد للفحص والبحث والاختيار.

### الفوائد ما يلي:

- القدرة على تحميل UKMARC والسجلات MARC21
- فرز حسب نتائج البحث الرسم البياني موقف BookScan
- الطلب من أكثر من 60.000 مورد.
- ونحن نعمل عن كتب مع الموردين بنظام المكتبة الرئيسة بحيث يمكن ربط خدماتنا بسلاسة مع النظم الداخلية الخاصة بك.
- العديد من المكتبات تستخدم مجموعة من الأدوات البليوجرافية وغالباً ما تحتاج إلى التبديل بينهما.
- للمساعدة في تبسيط هذه العملية، يمكن للمستخدمين ربط مباشرة مع السجلات في WorldCat.org ، من داخل صفحة الانترنت نيلسن BookData كامل، وذلك بالنقر على الشعار WorldCat.org. هذه الميزة هي فريدة من نوعها لخدمتنا.
- نيلسن BookData على الانترنت متاح للمدارس والكليات لتخفيض السعر خصيصاً لذلك.
- خدمة عملاء إذا لم تتمكن من استخدام الخدمات عبر الإنترنت وتحتاج إلى الحصول على الوقت المناسب في البحث واختيار الأدوات.
- بعض خدماتنا تقدم نسخة تجريبية مجانية.
- يرجى ملاحظة خدماتنا في الأدوات المهنية للمكتبات والموردين والمكتبات تباع على ( أساس الاشتراك). التجارب المجانية والحررة لدينا إن وجدت متاحة فقط للمكتبات والموردين.
- خدمة الفهرسة مرنة BookData MARC :
- المورد الوحيد القادر على توريد نوعية تسجيلات مارك من قاعدة بياناتنا شامل لعناوين باللغة الإنجليزية أكثر من 18600000 من خلال تغذية البيانات مرنة.
- خدمة قوائم العناوين المنشورة في جميع أنحاء العالم مع أحدث الأسعار وتوافر المحتوى الوصفي بما في ذلك وصف القصير والطويل، ومستويات الجمهور، والجوائز الأدبية وجدول المحتويات.
- وأضاف ما يصل إلى أحدث المعلومات مع أكثر من 818.000 سجلات جديدة.
- توفر 35 مليون سعر تحديث كل عام.
- توفير البيانات في الوقت المناسب لا يقل عن 16 أسبوع قبل تاريخ نشر من أكثر من 60.000 ناشر.
- يمكننا تقديم جميع المعلومات التي تحتاجها لفهرسة الكتب الحالية والماضية وبأثر رجعي تقديم خدمة متسقة وفعالة من حيث التكلفة cataloguers .
- نيلسن BookData الوسائط المتعددة MARC متاح لتغذية بيانات أسبوعية أو شهرية لسجلات جديدة.

- إثراء النظام الخاص بك مع ما يصل إلى OPAC: أغلفة 10.900.000 وسجلات أكثر من 18.600.000 العنوان بما في ذلك وصف وجدول المحتويات لبريطانيا والولايات المتحدة، في الطباعة، والعناوين المقبلة خارج الطباعة.

- يتم توفير البيانات في شكل مصممة وفقاً للمتطلبات الخاصة بك.
- نقدم سجلاتنا بطريقة موجزة: كل سجل يحمل كل المعلومات الأساسية والتسعير لكل سوق في إطار واحد ISBN فريدة من نوعها.

- الغلاف.
- الوصف.
- جدول المحتويات.
- ملاحظات من المراجعين المستقلين في المملكة المتحدة والولايات المتحدة.
- كاتب السير الذاتية.
- معلومات الكتب الأكثر قوة والشاملة والمتاحة منها.
- استعراض السير الذاتية للمؤلف لضمان المستخدمين والحصول على أكثر من خدمة.

- مجربة ومختبرة - بتقدير كبير من قبل موظفي المكتبات المهنية، ومن العملاء.
- العمل مع جميع موردين المكتبات والنظم الرائدة في المملكة المتحدة وجميع أنحاء العالم.

- خدمة فعالية من حيث التكلفة المتاحة.
- يوفر لك مصادر العناوين.
- توفير مستويات عالية من الخدمة (والدعم خلال ساعات العمل العادية).

- ضمان دقة في جميع الأوقات.
- تحسين ممارسات العمل.
- الخدمة تسمح لك للوصول إلى مجموعة من البيانات متفق عليها مسبقاً وجمع البيانات المطلوبة فقط.

- جداول موجزة تغطي مجموع النفقات.
- مجموع النفقات المواد والإنفاق على الكتب وعلى المواد السمعية والبصرية والمهنية ومجموع الموظفين، وعدد من مراكز الخدمة وساعات العمل.

- هناك شرح مفصل لإعطاء معلومات القطاع، مع جداول تبيان نسب التغير من سنة إلى أخرى.

- إمكانية وصول فريدة من نوعها لكل من البيانات البليوجرافية المقدمة من قبل الناشرين واستخدامها من قبل تجار التجزئة، وبيانات المبيعات المباشرة من الكتاب تجار التجزئة.

- الجمع بين هذه البيانات يمكننا أن يحدد تقييم الأثر الذي توريد نوعية جيدة، والبيانات الوصفية المناسبة لها على المبيعات.

- على الرغم من أن تم بيع أكثر من 1 مليون أرقام ISBN فريدة من نوعها في المملكة المتحدة في عام 2011 ، وهذه أعلى 100.000 العناوين تمثل 91% من إجمالي حجم المبيعات، و 87% من إجمالي قيمة المبيعات في عام 2011 .

- العناصر التي يمكن أن تضاف إلى سجل المنتج. هذه هي العناصر الأكثر وصفية مثل الأوصاف الطويلة والقصيرة.

- هناك 11 من عناصر بيانات التعريف المطلوبة لتلبية المعايير الأساسية BIC :
  - ISBN .
  - عنوان.
  - شكل المنتج.
  - موضوع BIC التصنيف الرئيس.
  - اسم المنتج.
  - تاريخ النشر.
  - صورة الغلاف.
  - اسم المورد واحد على الأقل.
  - حالة التوافر.

• GBP بما في ذلك ضريبة القيمة المضافة سعر التجزئة.

• بيان الحقوق المتعلقة UK .



- مع البيانات غير المكتملة يكون متوسط المبيعات من 13.26% ولكن هذا ينمو بنسبة 173% ، لعناوين البيانات مع المعلومات الكاملة الأساسية والغلاف، وتلك التي لديها متوسط مبيعات 36.24. ولكن حتى نرى ذلك المتوسط بنسبة 33% للعناوين مع البيانات الكاملة والغلاف. مبيعات التجارة المتوسطة بواقعية في ISBN ينمو بنسبة 97%.

- العناصر الأساسية موجودة، في عناوين كتب الأطفال ترى متوسط ارتفاع مبيعات بنسبة 52%.
- وبشكل عام، يمكننا أن نرى علاقة واضحة جداً بين اكتمال البيانات الوصفية الأساسية والمبيعات.

- هذه هي العناصر الأكثر وصفية - وصفاً موجزاً، وصف طويل، استعراض، سيرة المؤلف وجدول المحتويات.

- وتعد هذه العناصر فقط التي بعثت بها نيلسن للمشاركين لديهم في خدمة نيلسن المحسنة BookData. ولذلك تستخدم هذه المجموعة من السجلات في أعلى الأولوية 100.000 من 2011 لهذا القسم من analysisiv .

- وأظهرت تحليلاتنا الأولية أن جدول المحتويات كان حاضراً إلا على عدد قليل نسبياً من titlesv .

- سيرة المؤلف مهم جداً.
- (المثالي) وجود جميع العناصر الأربعة: الوصف القصير والطويل، واستعراض السيرة الذاتية للمؤلف والغلاف.
- معدل المبيعات المرتفعة للسجلات مع مستويات مختلفة من البيانات



## الكتاب ومنافسة التكنولوجيا الحديثة

وعدم المعرفة في آن واحد، وذلك حسب رغبة الفرد نفسه وطبيعة استفادته منها، لذلك يجري التأكيد على التوعية بمزايا الاستعمال الجيد ومخاطر الانزلاق نحو الاستعمال السيئ لهذه التكنولوجيا.

ولا يقتصر الاحتفال خلال هذا اليوم العالمي على مؤلفي الكتب والناشرين فقط بل يتعداهم ليشمل كل من له علاقة بالكتاب كالعاملين في المكتبات والمدرسين والجماهير التي تسعى إلى الاستفادة من الكتاب في عصر أضحت فيه المعلومات ركناً رئيسياً من أركان القوة المعرفية.

وتقوم اليونسكو كل عام بتحديد العاصمة العالمية للكتاب لمدة عام، وذلك بمشاركة الرباطات المهنية الدولية الرئيسية الثلاث المعنية بعالم الكتاب، وهي رابطة الناشرين الدولية، والاتحاد الدولي لبياعة الكتب، والاتحاد الدولي لرابطات المكتبات وأمناء المكتبات.

### عواصم الكتاب

واختارت اليونسكو مدريد 2001 أول بلد يحتضن الاحتفال، تلتها الإسكندرية بمصر 2002 بمناسبة افتتاح مكتبة الإسكندرية. وتعد الإسكندرية المدينة العربية الأولى التي أعلنتها منظمة اليونسكو عاصمة عالمية للكتاب، ثم نيودلهي بالهند عام 2003، ثم أنفوس في بلجيكا عام 2004 ثم مونتريال بكندا عام 2005، ثم تورينو بإيطاليا عام 2006، ثم بوغوتا في كولومبيا عام 2007، ثم أمستردام في هولندا عام 2008، وبيروت 2009، ثم مدينة لوبيانا

"أثبتت الوسائل التكنولوجية الحديثة أنها قادرة على التأثير في حياة الشعوب بما أحدثته من قيام ثورات على الظلم والفساد في العديد من الدول العربية" الاجتماعي والثقافي للإنسانية كلها.

ولا يقتصر الاحتفال خلال هذا اليوم العالمي على مؤلفي الكتب والناشرين فقط بل يتعداهم ليشمل كل من له علاقة بالكتاب كالعاملين في المكتبات والمدرسين والجماهير التي تسعى إلى الاستفادة من الكتاب في عصر أضحت فيه المعلومات ركناً رئيسياً من أركان القوة المعرفية.

### المنافسة التكنولوجية

في هذا العصر الذي يتميز بالمنافسة التكنولوجية، تواجه القراءة في مجتمعاتنا تحديات كثيرة منها انتشار الأمية وتراجع انتشار الكتاب والإقبال على وسائل الترفيه التكنولوجية وشبكات المعلومات الرقمية والأجهزة الحديثة المرئية والمسموعة، وغيرها من التحديات التي جعلت الاتجاه نحو القراءة يضعف.

وقد أثبتت تلك الوسائل التكنولوجية الحديثة أنها قادرة على التأثير في حياة الشعوب بما أحدثته من قيام ثورات على الظلم والفساد في العديد من الدول العربية ولعل في مقدمتها تونس وأبرزها ثورة 25 يناير في مصر التي أطلقت برمز الفساد.

ويتخذ مشجعو القراءة من مناسبة اليوم العالمي مناسبة للتأمل في استعمال الوسائل التكنولوجية الحديثة، فيذكرون أن هذه الأجهزة تحمل المعرفة

يحتفل العالم يوم 23 نيسان/أبريل من كل عام باليوم العالمي للكتاب وحقوق المؤلف، وهذا الاحتفال أقره المجتمع الدولي وعياً بأهمية القراءة ودورها في نشر المعرفة، واعتراضاً بقيمة الكتاب الذي ظل على مدى التاريخ أحد أقوى الوسائل التي ساعدت على نشر المعرفة والتراث الفكري والحضاري وأحد أقوى وسائل حمايتها. ويعتبر يوم 23 نيسان/أبريل مناسبة لإبراز دور الكتاب في عالمنا الدائم التغير، وينبغي لواقعي السياسات والمحرفين والمعلمين والمجتمع المدني بأسره أن يبحثوا من جديد عن أفضل السبل للترويج لهذه الأداة التي لا غنى عنها لاكتساب المعرفة، ألا وهي الكتاب.

وينظر إلى 23 نيسان/أبريل بوصفه تاريخاً رمزياً للاحتفال بيوم الكتاب العالمي؛ إذ توفى في هذا اليوم عام 1616 كل من سيرفانتس، وشكسبير، وإينكا جارسيلاسو دي لا فيجا، كما أن هذا اليوم هو تاريخ ميلاد أو وفاة عدد من المؤلفين المشهورين من أمثال موريس دروان، وك. لاكسنس، فلاديمير نابوكوف، جوزيف بلا، ومانويل ميخيا فاليجو.

وكان اختيار مؤتمر اليونسكو العام الذي عقد في باريس عام 1995 لهذا التاريخ اختياراً طبيعياً فقد أرادت فيه اليونسكو التعبير عن تقديرها وتقدير العالم أجمع للكتاب والمؤلفين وذلك عن طريق تشجيع القراءة بين الجميع وبشكل خاص بين الشباب وتشجيع استكشاف المتعة من خلال القراءة وتجديد الاحترام للمساهمات التي لا يمكن إلغاؤها لكل الذين مهدوا الطريق للتقدم

• في كل الطرق التي قمنا بتحليل البيانات المتوفرة لدينا، فقد شهدنا علاقة ثابتة إيجابية بين مستوى البيانات الوصفية الشاملة وزيادة المبيعات بشكل لافت جداً.

• أن المستهلكين يعتمدون على البيانات الجغرافية لتحديد موقع المنتج المطلوب، وربما يكون مشكوك فيها لاستكمال الشراء على شبكة الإنترنت، إذا كان هناك معلومات كافية لتأكيد أن المنتج هو الصحيح.

• كما أن صناعة الكتاب تأخذ الخطوة التالية في العصر الرقمي، التعريف لا تبقى فقط جزءاً أساسياً من الصناعة ولكن أصبحت ذات أهمية متزايدة على نحو متسارع.

للحصول على قائمة كاملة من متطلبات BIC الأساسية يمكن زيارة: <http://www.bic.org.uk/17/BIC-Basic>

هذا يمثل مجموعة من السجلات 84050 لدينا بيانات أولية.

ولايفوتني في نهاية هذه الأسطر أن أذكر أن هذه الوسائل ليست هي الوحيدة في التسويق والترويج والتعريف بالكتاب، إذ ربما توجد طرق أخرى فالت على معد هذه الأسطر، وربما بل من المؤكد أن المستقبل سيشهد تحولاً نوعياً في نمو وتطور تسويق الكتب والتعريف بها بشكل غير مسبوق وغير تقليدي.



الوصفية المعززة.

• عناصر البيانات الوصفية تباع في المتوسط أكثر من 1.000 نسخة أكثر من تلك التي لا تحمل أية بيانات تعريف المعزز و 700 تقريباً على الأقل.

• عناصر البيانات الوصفية العناصر الأربعة 55 % بالمقارنة مع عدم وجود عناصر البيانات الوصفية المعززة للعناوين.

• يمكننا أن نرى بوضوح أن نسبة أكبر من العناوين ضمن قائمة أكبر 100 شركة لديها جميع البيانات الوصفية أربعة عناصر معززة (الحالي 48 %).

• ونحن نرى بوضوح أن الوصف الطويل يبدو أهم عامل لعناوين الخيال والروايات.

• وعموماً فإننا نرى مؤشرات واضحة على توريد مجموعة من البيانات الوصفية الكاملة للسجلات المنتجة يساعد على تحقيق أقصى قدر من المبيعات.

• إن هذه العلاقة بين البيانات الوصفية وتعزيز المبيعات تقوي قطاع التجزئة على الإنترنت.

• بعض دور النشر شهدت نمواً إيجابياً بعد بدء الاشتراك الخاصة بهم.

• كما أنه من المحتمل أن هؤلاء الناشرين قد يكونوا ناشرون جدد.

• على الرغم من أنه من المستحيل قياس الأثر بشكل مباشر على أن وجود البيانات العالية الدقة والملائمة وتعزيزها له أثر كبير جداً على المبيعات، وجميع من النقاط لتحليل العلاقة الواضحة بين نوعية المنتج وسجلات المبيعات.

### النتائج الرئيسية التي توصلنا إليها:

• العناوين التي تلبى المعيار الأساسي يزيد متوسط المبيعات 98% أعلى من تلك التي لا تستوفي المعيار.

• إضافة صورة الغلاف له تأثير قوي على مبيعات المتوسط، من 268 % بالمقارنة مع العناوين بدون صورة الغلاف.

• يمكن التأكد من أن جميع العناصر الرئيسية الأربعة الأكثر أهمية الموجودة على سجلات المبيعات المنتج يساعد متوسط ارتفاع بنسبة 55 % بالمقارنة مع السجلات التي لا توجد بها هذه العناصر.

• الفرق في متوسط المبيعات بين السجلات التي لا تقي بالمعايير الأساسية BIC ، والتي ليس لديها صورة ولا توجد البيانات الوصفية المعززة لها، وجميع البيانات الوصفية في الأربعة عناصر هي في المتوسط على مدى 2600 نسخة، وهو ما يمثل زيادة قدرها 700 % تقريباً.

• يمكن للمشاركين في الخدمة الجديدة نيلسن المحسنة (BookData) زيادة حجم المبيعات السنوية وسوف تحقق زيادة بنسبة تصل إلى 28 %.