

الخطة الموضوعه للتسويق فى الكليه الجامعيه العربيه للتكنولوجيا

رؤية الكليه الجامعيه العربيه للتكنولوجيا :

كليه متميزه وذات مكانه مرموقه محليا واقليميا فى التعليم والبحث العلمى وخدمه المجتمع .

اهداف الخطة الموضوعه :-

- المساعده فى تحقيق رساله الكليه وأهدافها
 - تهيئه الكليه الجامعيه وأقسامها للوفاء بمتطلبات الاعتماد العام والخاص .
 - بناء القدرات البشريه وتأهيلها لكي تنسجم مع رؤيه الكليه الجامعيه واهدافها
 - الكشف عن معوقات العمليه التسويقيه ومحاولة معالجه المعوقات التي تواجه التغيير والتطوير والتحديث وذلك بهدف الارتقاء بالكليه الجامعيه وخدماتها وكيفيه استقطاب الطلبة وما هي العوامل الجاذبه للطلبه للالتحاق بالكليه الجامعيه العربيه للتكنولوجيا .
- الفكره الاساسيه للتسويق التعليمي هي احداث التفاعل بين (الكليه ,الهيئه التدريسيه ,بيئه الكليه) وبين مطالب الطلبة واولياء الامور .

أن الاستثمار فى التعليم يتطلب خطة تسويقية لجذب الطلبة من خارج وداخل المملكة لما تتصف به الجامعات الاردنية والكليات من مخرجات تعليمية عالية المستوى وان مستقبل التعليم ومؤسساته يتطلب إصلاحاً شاملاً فى مناحٍ متعددة، ويجب التعامل معها بشكل علمي، ودون محاباة أو إغفال للحقائق"، وحسب تفاصيل الخطة المراد اعدادها فهي تهدف الى زياده عدد الطلبة فى جميع الاقسام المختلفه فى الكليه الجامعيه العربيه للتكنولوجيا

وحددت الخطة نوعين من الطرق التسويقيه لاستقطاب الطلبة :-

1- الطرق التقليديه

2- الطرق الالكترونيه

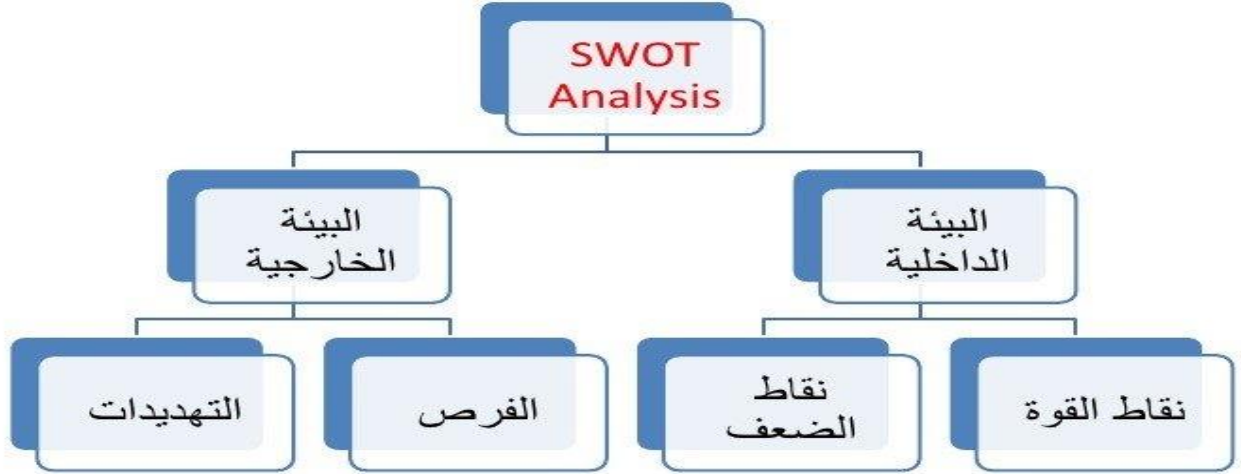
وهنا في الوقت الراهن سوف نركز على استقطاب الطلبة من الداخل اي داخل المملكه الاردنيه الهاشميه وذلك بسبب جائحة كورونا ولكن سوف نستعرض خطه التسويق الخارجي بايجاز على ان نقوم باستعراض هذه الخطه تفصيلا لاحقا

1- الطرق التسويقيه التقليديه

اعداد المنشورات والكتيبات المطبوعه وافلام وثائقيه والمشاركه في الحملات التسويقيه الخاصه واجراء مقابلات صحفيه والترويج للكلية الجامعيه عن طريق اعلانات (مرئيه او غير مرئيه) باوقات مشاهده عاليه عند الجمهور واعتقد هنا ان اوقات المشاهده في الوقت الراهن بعد او قبل الاعلان الصحفي اليومي عن عدد اصابات بجائحه كورونا بالمملكه

2- طرق التسويق الالكتروني

تتضمن تطوير الصفحه الاساسيه لموقع الكلية الجامعيه وانشاء رابط الكتروني لاستقبال طلبات القبول والتسويق عبر البريد الالكتروني والتي تتطلب توفر الادله الالكترونييه وادراج الكلية في المزيد من محركات البحث المحليه والعربيه وتشمل ايضا التسويق عبر الفيس بوك عبر اشتراكات شهريه تنشر لغالبية المشتركين وهناك ايضا وسائل اخرى للتسويق عن طريق رسائل الهواتف المحموله النصيه كما تلعب هنا الرسوم الجامعيه والحوافز التشجيعيه دورا مهما في استقطاب اكبر عدد من الطلبة .



في ظل المنافسة المتصاعده بين المؤسسات الاكاديميه تبحث كل جامعه او كليه عن افضل السبل لوضع خطه استراتيجيه تسير على منهجها للوصول الى اهدافها المرجوه ويعتبر تحليل **SWOT** او التحليل الرباعي من افضل ادوات التحليل الاستراتيجي والتي يمكن تطبيقها في عده مجالات في الحياه العمليه والعلميه .

يعتبر تحليل **SWOT** اداة مفيده لفهم عمل الكليه الجامعيه من الداخل والخارج وكلمه **SWOT** هي اختصار لاربع عناصر (نقاط القوه , نقاط الضعف , الفرص , التحديات) وهنا سوف نستعرض هذه النقاط على ارض الواقع في الكليه الجامعيه العربيه للتكنولوجيا .

اولا : نقاط القوه

هي العوامل الداخليه الموجوده فعلا والتي من المحتمل ان يكون لها تاثير ايجابي على تحقيق اهداف الكليه وهنا التركيز على نقاط القوه في الكليه الجامعيه العربيه للتكنولوجيا

- 1- الموقع : يتميز موقع الكليه الجامعيه العربيه للتكنولوجيا بالفريد حيث يقع في منطقه تربط جميع انحاء العاصمه ومدخل ايضا للمدن المحيطة فهي بقرب اول جامعه اردنيه في الاردن وهي جامعه الاردنيه وهذا الموقع الاستراتيجي للكليه الجامعيه يعتبر ميزه يجب استغلالها باقصى درجه ممكنه .
- 2- اسم وسمعه الكليه الجامعيه كون اسم كليه المجتمع العربي سابقا اسم مرعلى تاسيسها اكثر من اربعون عاما .
- 3- الشمولييه والجوده ونمو التعليم عبر الانترنت .
- 4- هيئه اداريه و تدريسيه ذوي خبره وكفائه .
- 5- اسعار معقوله للساعات التدريسيه في كافه التخصصات وتكاد تكون مقبوله ومنطقيه لدى كافه شرائح المجتمع .
- 6- تعدد اشكال الاختبارات لتقويم الطالب من شفوي وعلمي وتحريري
- 7- التزام اعضاء هيئه التدريس والاداره العليا والطلبه بالقوانين والتشريعات الخاصه بالكليه الجامعيه العربيه للتكنولوجيا
- 8- القدره السريعه على التاقلم مع اي ظرف داخلي بكفائه وفاعليه

ثانيا : نقاط الضعف

- 1- ضعف المخصصات الماليه لتسويق برامج الكليه .
- 2- مرافق الحرم الجامعي وقدرتها على استيعاب العدد المطلوب من الطلاب ضمن التخصصات الحاليه والمستقبليه في القريب العاجل .
- 3- عدم كفايه الموارد المتعلقه بالمشوره والعلاقات العامه.
- 4- يجب عقد ندوات علميه وورش عمل متخصصه في الكليه الجامعيه العربيه للتكنولوجيا .

- 5- غياب التوجه التسويقي بالكلية وعدم الاهتمام الكافي لبحوث التسويق
- 6- توقيع اتفاقيات توأمه مع بعض الجامعات العربية المرموقه لتبادل الخبرات في شتى المجالات .

ثالثا : الفرص

- 1- تقديم التعليم المستمر للاثراء الفكري من جميع الاعمار
- 2- لديها الفرصه لبناء تجربه جامعيه باستخدام افضل الممارسات والاساليب .
- 3- الاتفاقيات والعقود الموقعه مع الشركات المحليه الكبرى سواء كانت هذه الشركات او المؤسسات قطاع عام او قطاع خاص لاستكمال الموظفين لديهم تعليمهم وحصولهم على درجه الدبلوم وبخصومات مميزه لهم او لابنائهم
- 4- ان تصبح الكليه الجامعيه رائدا في التعلم متعدد التخصصات والمتكامل
- 5- وجود شبكه الانترنت بالكلية الجامعيه يتيح للكلية الجامعيه نشر وتحديث وتتبع كافه المعلومات الكافيه عنها
- 6- زياده الوعي والاهتمام المحلي والاقليمي باهميه ضمان الجوده والتحسين المستمر في منظومه التعليم
- 7- امكانيه التوسع في تقديم برامج متميزه لزياده موارد الكليه عن طريق جذب الطلاب الوافدين
- 8- تنامي الطلب الخارجي على بعض التخصصات مثل اداره الاعمال الرياديه وهنا الفرصه في التميز بهذا التخصص .
- 9- الاستفادة من الامكانيات المتاحه بوحده التعليم الالكتروني بالكلية الجامعيه ومن مركز تقنيه الاتصالات والمعلومات بالكلية في ادخال طرق حديثه للتعلم .

رابعاً : التهديدات

- 1- التغيرات في الأوضاع الاقتصادية والاجتماعيه المتلاحقه وكذلك سرعه التطور في المجال التكنولوجي .
- 2- خطر فقدان اعضاء هيئه التدريس والموظفين البارزين للحصول على فرص افضل في الجامعات والكليات الاخرى .
- 3- عدم الاستخدام الامثل لموقع الكليه على شبكه الانترنت يقلل من فرص الانتشار على المستوى المحلي والاقليمي .
- 4- الازمات الاقتصادية المحليه والعالميه وتأثيرها على الجامعه (جائحه كورونا)
- 5- لا توجد اتفاقيات بديله لجذب واستقبال الطلاب الوافدين للالتحاق بالبرامج المتاحه بالكليه.
- 6- لا توجد اليات محددده للقيام بالتقويم الدوري لعناصر الفاعليه التعليميه بالكليه
- 7- زياده معدلات البطاله وضعف فرص العمل امام خريجي الكليه يؤثر سلبيا على الكليه الجامعيه بشكل عام
- 8- قله الاقبال على بعض التخصصات العلميه بالكليه من قبل الطلاب

ميزانيه التسويق :- (MARKETING BUDGET)

هي خطة التسويق الماليه والتي تعتبر جزء من خطة التسويق الشامله وتتضمن هذه الخطة جميع التكاليف التقديرية اللازمه لتعزيز الخدمات التعليميه وتتضمن جميع التكاليف الترويجيه مثل الاعلان , الدعايه , العلاقات العامه , الورش والندوات , الاشتراك بهدف اجتماعي نبيل وغيرها من النفقات المرتبطه بعملية التسويق , وعندما تقوم الكليه باعداد موازنتها لا بد ان تقوم بتحديد الاهداف التي تسعى الى تحقيقها ومن هذه الاهداف هدف الربحيه الذي له تاثير اساسي وكبير في ميزانيه الكليه الجامعيه العربيه للتكنولوجيا فالنشاط التسويقي هو احدى الركائز التي سيحقق اهداف الكليه التسويقيه ويزيد من المبيعات اي التحاق الطلبة في الكليه الجامعيه مما سوف يؤدي الى تغطيه نفقات الكليه والحصول على هامش ربح معقول , وهنا لا بد من الاشاره الى ان التسويق هو نشاط استثماري وليس انفاقي .

تنفق الجامعات والكليات سنويا اموالا تختلف من سنه لآخرى على التسويق ومن خلال برامجها الترويجيه التي تستهدف استقطاب الطلبة وفي كثير من الاحيان تقوم الجامعات والكليات على ترويج اعلاناتها من خلال قنوات المذيع او التلفاز فضلا عن اللوحات الاعلانيه الملونه المنصوبه بالطرق الرئيسييه وعلى الحافلات حيث حققت بعض تلك الحملات نجاحا باهرا .

اما فيما يتعلق بالاعلان فلو نظرنا الى هذه القضية من وجهة نظر الكليه الجامعيه نلاحظ ان الامر يبدو منطقيا فالكليه الجامعيه تمتلك منشاه كبيره وهيئه تدريس وفتيين ، لذا فهي تشعر بالحاجه الى استثمار مثل هذه القدرات بافضل شكل ممكن من خلال التعاطي الناجح مع الطلبة ومن المؤكد ان الاعلان يشجع الطلبة الى الالتحاق بالكليه الجامعيه وهنا لا بد من التركيز ان كل ما يتضمنه الاعلان من معلومات يجب ان يكون مطابقا حرفيا للواقع .

ان التركيز على مواسم معينه فقط لا يؤدي الى تحقيق اهداف الخطة التسويقيه ومثال على ذلك : لو تم التركيز على الاعلانات او الدعايه او اي حملته ترويجيه فقط خلال فتره القبول والتسجيل فهذا لن يحقق بشكل كبير تنفيذ الخطة واهداف الجامعه .

ان من ابرز المعوقات التي تواجهها بعض الجامعات والكليات في الاردن هي التركيز على الدعايه والاعلان واي حمله ترويجيه فقط عند اقتراب القبول والتسجيل في الكليه الجامعيه وهذا خطأ فادح فيجب العمل على التسويق على مدار العام , وفي كل سنه يتم التاكيد من تحقيق الاهداف التي تم وضعها وما نسبة المنجز منها وما الفائده التي تم الحصول عليها ويتم هنا على ضوء ذلك تعديل او تطوير الخطه حسب المؤشرات والظروف الداخليه والخارجيه .

النقاط الواجب اعتمادها من قبل الكلية الجامعيه العربيه للتكنولوجيا للبدء في تنفيذ الخطه

الموضوعه

أولاً :

الموافقه من قبل الكلية الجامعيه العربيه للتكنولوجيا على القيام باعلانات عبر التلفاز (قناة رؤيا او المملكه) توضح للمشاهدين رؤيه الجامعه وكذلك الاعتمادات التي تم الحصول عليها لدرجه البكالوريوس وهنا الميزانيه تعتمد على مده الاعلان وعدد المرات التي يتم تنزيل الاعلان وهنا يجب اختيار الوقت المناسب للاعلان عبر شاشة التلفاز واقترح ان الوقت المناسب هو قبل او بعد المؤتمر الصحفي اليومي لحالات الاصابه بمرض كورونا كونه في هذا الوقت تكون نسبه المشاهده عاليه لاكبر شريحه من المجتمع الاردني .

ثانيا :

الموافقه من قبل الكلية الجامعيه العربيه للتكنولوجيا على القيام بالاعلان والترويج ضمن الفيس بوك بشكل مكثف عن طريق التعاقد مع شركه لتنزيل معلومات عن الكلية الجامعيه وتخصصاتها لأكبر عدد ممكن من افراد المجتمع الاردني المشتركين في الفيس بوك.

ثالثا :

تطوير الصفحه والموقع الخاص بالكلية الجامعيه العربيه للتكنولوجيا بشكل يتناسب مع سمعه الكلية الجامعيه وان يتابع هذا الموقع بشكل مستمر ويقدم كل شي جديد او مميز بشكل فوري .

رابعا :

البدء بدراسه وتصميم لوحات اعلانيه مضائه عن الكلية الجامعيه وتخصصاتها لوضعها في عدد من الطرق المنتقاه وهنا لا بد من الاشاره الى ان هذه الفكره مهمه جدا دع الاخرين يتكلمون عنك فالاعلانات تعطي صورته ذهنيه عن الجامعه .

خامسا :

التركيز على الدعايه المؤثره في الوقت الراهن مثل (عمل كمادات بشعار الكليه الجامعيه كونها توضع على الوجه وهي منطقه مرئيه وواضحه للجميع , هدايا قيمه توزع للمسؤولين من الشركات الخاصه والحكوميه التي من المحتمل ان توقع اتفاقيات شراكه معنا , هذا على سبيل المثال وليس حصرا)

سادسا :

رعايه لاي نشاط مهم وليس شرطا الان لكن باقرب فتره ممكنه واستغلالها بشرح عن الكليه الجامعيه وانجازاتها .

سابعا :

اعطاء مسمى دائره التسويق للكليه الجامعيه العربيه للتكنولوجيا في مخاطباتنا مع الشركات الخاصه والعامه لانه من الضروري استحداث هذا القسم في المستقبل القريب

ثامنا :

عمل CD خاص بالكليه الجامعيه العربيه للتكنولوجيا وهو عباره عن فيديو قصير يظهر فيه القاعات والمدرجات والساحات الخاصه بالكليه وصور لجزء من اعضاء رئاسه الكليه الجامعيه وكذلك اعضاء هيئة التدريس و يتم التركيز في هذا الفيديو على انجازات الكليه وتخصصاتها ورؤيتها المستقبلية ليتم ارفاقه الى المؤسسات المحليه وايضا يكون ذلك مفيدا عند البدء في المستقبل القريب في مخاطبه المستشاريين الثقافيين في السفارات العربيه في المملكه الاردنيه الهاشميه لاعتماد الكليه من ضمن الكليات الخاصه في الاردن لالتحاق طلبه بلادهم فيها مع التركيز على التخصصات الفريده او الجديده نسبيا مثل تخصص ادارة الاعمال الرياديه (مثال وليس حصرا) .

تاسعا :

الموافقه من قبل الكليه الجامعيه العربيه للتكنولوجيا على البدء بتجهيز كتب تشرح فيها نبذه عن الكليه وتخصصاتها ورسوم التسجيل ليتم تحديد مواعيد من قبلي مع بعض الجهات والدوائر

والمؤسسات الحكوميه الخاصه والعامه لاستدراج موظفيهم لاستكمال دراستهم في الكليه ويجب وضع خصم تشجيعي مميز عن باقي الطلبة وذلك لاستمالة الموظفين او ابنائهم للدراسه في الكليه وهنا سوف يتم دراسه هذا الخصم من قبل اداره الكليه الجامعيه وقد تم تحضير قوائم والحصول على معلومات عن كل شركه خاصه او عامه واسماء المديرين في تلك الشركات المعنيون بتوزيع الكتب المرسله من قبل الكليه الجامعيه العربيه للتكنولوجيا وتوزيعها على موظفيهم لمن يرغب في استكمال دراسته هو او احد افراد عائلته المحصوره في ابنائه , بناته , زوجته , وان يكون الخصم الخاص كما ذكرت سابقا مميزا لاستماله اكبر عدد من الطلبة .

وهنا لا بد من الاشاره الى ان اختيار المؤسسات سواء الحكوميه او الخاصه يجب ان يكون مبنيا على عده عوامل منها :-

1- عدد الموظفين لديها مما يعكس ذلك بفائده على الكليه الجامعيه العربيه للتكنولوجيا لاستقطاب اكبر عدد من الطلبة

2- سمعه الشركات والتي لها اثر في تقويه موقع الجامعه محليا عن طريق ذكر الاتفاقيات الموقعه مع هذه الشركات عبر الموقع الالكتروني الخاص بالكليه الجامعيه والذي يعطي انطباعا حسنا عن الكليه , (دع الاخرين يتكلمون عنك) .

3- سمعه هذه الشركات وضماتها لموظفيها او عائلاتهم للالتحاق بالكليه الجامعيه يعطي صورته ذهنيه عاليه عن الكليه الجامعيه ويضع هنا الكليه الجامعيه على ابواب المنافسه مع غيرها من الكليات الجامعيه ضمن التخصصات المشتركه معها . وسوف يتم انتقاء الشركات في الوقت الحاضر ضمن المعايير التي تم ذكرها اعلاه للبدء في مخاطبه تلك الشركات بعد الحصول على الموافقه من قبل اداره الكليه الجامعيه العربيه للتكنولوجيا على هذه الخطه وتحديد ما هو الخصم التشجيعي المناسب التي تقترحه بناء على المعايير الخاصه بها .

أ. عمرو الزعبي

