

## ملخص البحث السادس

رقم البحث في القائمة	(6) السادس
عنوان البحث	دراسة مقارنة لدور التسويق الرقمي في دعم الحراك الافتراضي الدولي للطلاب بجامعة أكسفورد والجامعة الوطنية الاسترالية وإمكانية الإفادة بالجامعات المصرية
المؤلف (فردي)	د/هدى معوض عبدالفتاح عبدالعال (مدرس التربية المقارنة كلية التربية جامعة الفيوم)
جهة النشر	مجلة جامعة الفيوم للعلوم التربوية والنفسية
التاريخ	المجلد(16)، العدد(5)، يوليو 2022

دراسة مقارنة لدور التسويق الرقمي في دعم الحراك الافتراضي الدولي للطلاب بجامعة أكسفورد والجامعة الوطنية الاسترالية وإمكانية الإفادة بالجامعات المصرية.

### الملخص:

ظهر الحراك الافتراضي الدولي *International Virtual Mobility* كشكل من أشكال الحراك الدولي تُيسره أدوات الاتصال الرقمية ، إذ يتيح الانضمام إلى دورات وبرامج من جامعات أخرى دون الحاجة إلى الانتقال خارج حدود موطنهم الأصلي ، ويعتبر شكلاً ناشئاً للتدويل الافتراضي بالجامعات ، ويشمل التعاون عبر الحدود مع طلاب من خلفيات وثقافات مختلفة يعملون ويدرسون معاً ، مما يساهم في تعزيز التفاهم بين الثقافات وتبادل المعرفة . ولها تقدمه التصنيفات الدولية للجامعات من أضاء كاشفة لقياس القدرة التنافسية ، لكونها جزءاً مما يُعرف بـ "معركة التميز" الدولية ، يشير تدني موقع الجامعات المصرية الحكومية في التصنيفات العالمية إلى ضعف قدرتها التنافسية ، وخاصةً في تصنيفات السمعة الأكاديمية ، والرواج البحثي للموقع الإلكتروني . وعليه ؛ هدف البحث إلى الاستفادة من خبرة كلٍ من جامعة أكسفورد والجامعة الوطنية الأسترالية في تفعيل دور التسويق الرقمي لدعم الحراك الافتراضي الدولي للطلاب بالجامعات المصرية الحكومية ، واستخدمت الباحثة منهجية جورج بيريداي .

في مرحلة الوصف والتفسير تم تناول الأسس النظرية لدور التسويق الرقمي في دعم الحراك الافتراضي الدولي للطلاب ، وخبرة كلٍ من جامعة أكسفورد والجامعة الوطنية الأسترالية في التسويق الرقمي ودوره في دعم الحراك الافتراضي الدولي للطلاب على ضوء القوى العوامل الثقافية المؤثرة ، ثم مرحلة المناظرة والمقابلة للتأكد من الفرض المبدئي والتوصل للفرض الحقيقي للبحث ، ومرحلة المقارنة التفسيرية لإبراز أوجه التشابه والاختلاف بين جامعة أكسفورد والجامعة الوطنية الأسترالية على ضوء القوى العوامل الثقافية المؤثرة للتأكد من الفرض

الحقيقي ، ثم عرض جهود الجامعات المصرية الحكومية بهذا المجال مع الإشارة لجامعة القاهرة في ضوء بعض القوى المجتمعية ، واختتم البحث بطرح مجموعة إجراءات مقترحة لدور التسويق الرقمي في دعم الحراك الافتراضي الدولي للطلاب بالجامعات المصرية الحكومية على ضوء خبرة جامعتي المقارنة وبما يتفق مع السياق الثقافي للمجتمع المصري.

الكلمات المفتاحية: التسويق الرقمي – الحراك الافتراضي الدولي للطلاب – جامعة أكسفورد – الجامعة الوطنية الاسترالية ، الجامعات المصرية الحكومية.