

العنوان:	تسويق خدمات المكتبات والمعلومات بالمكتبات الجامعية بالسودان
المؤلف الرئيسي:	أحمد، محمد مضوي صالح
مؤلفين آخرين:	نور، قاسم عثمان(مشرف)
التاريخ الميلادي:	2007
موقع:	الخرطوم
الصفحات:	1 - 130
رقم MD:	915235
نوع المحتوى:	رسائل جامعية
اللغة:	Arabic
الدرجة العلمية:	رسالة ماجستير
الجامعة:	جامعة النيلين
الكلية:	كلية الآداب
الدولة:	السودان
قواعد المعلومات:	Dissertations
مواضيع:	المكتبات الجامعية، شبكات المعلومات، تسويق خدمات المعلومات، السودان، الجامعات السودانية، نظم معلومات التسويق
رابط:	<a href="https://search.mandumah.com/Record/915235">https://search.mandumah.com/Record/915235</a>

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

جمهورية السودان  
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي  
جامعة النيلين - كلية الدراسات العليا - كلية الآداب  
قسم المكتبات والمعلومات

تسويق خدمات المكتبات والمعلومات

بالمكتبات الجامعية بالسودان

بحث مقدم لنيل درجة الماجستير في المكتبات والمعلومات

إعداد:

محمد مضوي صالح أحمد

إشراف:

أ. د. قاسم عثمان نور

فبراير ٢٠٠٧م

## الشكر والتقدير

الشكر من قبل ومن بعد للمولى عز وجل الذي وفقني للقيام بهذا العمل

إلى:

أ . د / قاسم عثمان نور

الذي قام علي هذا البحث إشرافاً وتوجيها لا أدري أن كانت كلمة شكر تكفى أو  
توفى جزءاً من فضائله علي.

الرائع جداً سامي جمال لكل ما بذله لآخراج هذه الدراسة الى حيز الوجود

متمنياً لهما المزيد من التوفيق والغمام .

## مستخلص البحث باللغة العربية

جمهورية السودان

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة النيلين كلية الدراسات العليا - كلية الآداب

قسم المكتبات والمعلومات

عنوان الرسالة: تسويق خدمات المكتبات بالمكتبات الجامعية بالسودان.

أسم الباحث: محمد مضوي صالح أحمد

أسم المشرف: أ. د. قاسم عثمان نور

التاريخ: فبراير ٢٠٠٧م.

درجة الرسالة: الماجستير في المكتبات والمعلومات

ناقشت الدراسة ظاهرة التسويق في مجال خدمات المعلومات باعتبارها من الظواهر الحميدة التي تحسب للمكتبات ومراكز المعلومات اذا ما قامت بأداء هذه الوظيفة أو المهمة علي الوجه الإكمل . وقد تناولت الدراسة التسويق باعتباره نشاطاً اجتماعياً يهدف في المقام الأول لخدمة المجتمع ولتوفير السلع والخدمات الضرورية ، ولما كان العمل في مجال المكتبات خدمي بالدرجة الأولى ويهدف إلى خدمة المجتمع فقد عمد الباحث الى ابراز الجوانب الايجابية نتيجة للجوء المكتبات ومراكز المعلومات لتسويق خدماتها للمستفيدين وبالتالي اضعاف نشاط اجتماعي متعارف عليه منذ القدم عمل المكتبات ومراكز المعلومات . وللتأكيد علي المردود الايجابي لهذه الظاهرة فقد تبين من خلال هذه الدراسة علي ان التسويق في مجال خدمات المعلومات قد ادى الى التجويد في مخرجات هذه الخدمات والى سرعة وصولها للمستفيدين مع الايفاء بكافة متطلبات المكتبات ومراكز المعلومات واكدت في الوقت نفسه عن الرغبة الأكيدة للمستفيدين في تسويق هذه الخدمات طالما انها في متناولهم من الناحية المادية ويمكن أن تصلهم في الوقت والمكان المناسبين . كما أوصت الدراسة علي ضرورة الاستغلال الأمثل للظفرة الهائلة في مجال تقانة الاتصالات

واستخدامها في تسويق خدمات المعلومات لما تتميز به من سرعة في جمعها ومعالجتها وتخزينها واسترجاعها لهذه الخدمات وبالتالي ابراز امكانية الافادة الكبيرة من تسويقها من جانب المكتبات ومراكز المعلومات والمستفيدين علي حدٍ سواء.

## Abstract

Republic of The Sudan

Ministry of Higher Education

EL Neelain University – Faculty of Graduate college – Faculty of Arts

Libraries and Information Section

Title of Thesis: Marketing Libraries and Information in Universities  
Libraries in the Sudan

Submitted by: Mohammed Mudawi Saleh Ahamed

Supervisor: Prof. Gasim Osman Nur

Date of thesis: Feb ۲۰۰۷

Degree of thesis: Master of Libraries and Information Science

The study has discussed the phenomenon of marketing in the field of information services, considering it as a good phenomenon for libraries and information centres if they do this function properly.

The study has dealt with marketing as social activities which serve the society and provides it with good and the necessary services.

However, the work in the field of libraries tends to serve the society in particular the researcher's purpose is to make the positive areas clear as a result of the efforts made by libraries and information centres to make cheaper services available for customers.

Therefore, to set an example for a well known social activity in the field of libraries and information centres which has been known for a long time.

To assure the positive outcome of this phenomenon, the study has proved that marketing in the field of information services has led to the improvement of the products of these services, its quickness in reaching its customers and the fulfilment of the demands of the libraries and the information centres.

At the same time, the study has assured the wish of the customers for marketing these services as long as it is available and they could afford it when and where it is possible.

The study has also recommended the necessity for better exploitation of the huge development in the field of telecommunications and its use in the marketing of the information services as a result of its speed in processing, storage and recalling of these services.

Thus, to make clear the possibility of marketing use of marketing them through libraries information centres and customers as well.

## المحتويات

الصفحة	الموضوع
أ	الآية القرآنية
ب	الإهداء
ج	الشكر والتقدير
د	قائمة المحتويات
هـ	مستخلص اللغة العربية
و	مستخلص اللغة الإنجليزية
ز	فهرس الجداول
ح	فهرس الأشكال
ط	فهرس الملاحق
1	الفصل الأول : الاطار العام
2	1/1: المقدمة
5	2/1: خطة البحث
7	3/1: الدراسات السابقة
15	4/1: مصطلحات البحث
16	الفصل الثاني : الإطار النظري
18	1/2/2 : ماهية التسويق
22	2/2/2 : العناصر الأساسية للتسويق
28	3/2/2 : المفهوم الاجتماعي للتسويق
29	4/2/2 : نظم معلومات التسويق

32	5/2/2: بيئة التسويق
33	6/2/2: خطة التسويق
36	7/2/2: تسويق خدمات المعلومات عبر الجزيرة موبايل
37	8/2/2: تسويق خدمات المعلومات عبر جوال العربية
38	3/2: خدمات المعلومات
38	1/3/2: ماهية المعلومات
39	2/3/2: خصائص المعلومات
42	3/3/2: أهمية المعلومات
42	4/3/2: نظم وشبكات المعلومات
45	5/3/2: ماهية خدمات المعلومات
45	6/3/2: الخصائص العامة للخدمات
48	7/3/2: أنواع خدمات المعلومات
52	الفصل الثالث : اجراءات الدراسة
53	1/3 : تحليل مضمون الاستبانة
53	1/1/3 : سمات المستفيدين (اخصائيين)
84	2/1/3 : سمات المستفيدين (طلاب)
101	2/3 : تحليل النتائج
101	1/2/3: خدمات المكتبات والمعلومات
103	2/2/3: تسويق خدمات المعلومات
105	3/2/3: ارتباط تسويق خدمات المعلومات بتقانة الاتصالات
108	4/2/3: دور الهواتف النقالة في تسويق خدمات المعلومات

110	الخاتمة
115	المراجع والمصادر
120	الملاحق

## فهرس الجداول

الصفحة	الجدول
53	جدول رقم (1) النوع ( اخصائيين )
54	جدول رقم (2) الفئة العمرية ( اخصائيين )
55	جدول رقم (3) مؤسسة المعلومات التي يعمل بها الاخصائي
56	جدول رقم (4) المؤهل العلمي
57	جدول رقم (5) الالمام بمفهوم خدمات المعلومات
58	جدول رقم (6) خدمات المعلومات
59	جدول رقم (7) أنواع خدمات المعلومات
60	جدول رقم (8) أقسام خدمات المعلومات بالمكتبات
61	جدول رقم (9) خطط خدمات المعلومات
62	جدول رقم (10) الترويج لخدمات المعلومات
63	جدول رقم (11) وسائل الترويج لخدمات المعلومات
64	جدول رقم (12) الوسائل المتبعة في المكتبات لتقديم المعلومات
65	جدول رقم (13) اثر تقانة الاتصالات في نقل خدمات المعلومات
66	جدول رقم (14) تقانة الاتصالات وتقديم خدمات المعلومات
67	جدول رقم (15) قابلية العاملين لاستخدام تقانة الاتصالات
68	جدول رقم (16) رسوم خدمات المعلومات بالمكتبات
69	جدول رقم (17) تسويق خدمات المعلومات
70	جدول رقم (18) الإلمام بمفهوم تسويق خدمات المعلومات
71	جدول رقم (19) مدى وجود اقسام مختصة في تسويق خدمات المعلومات

72	جدول رقم (20) المعوقات التي تحول دون تسويق خدمات المعلومات
73	جدول رقم (21) خطط تسويق خدمات المعلومات
74	جدول رقم (22) استخدام التقنية في تسويق خدمات المعلومات
75	جدول رقم (23) أنواع التقنية المستخدمة في تسويق خدمات المعلومات
77-76	جدول رقم (24) المعوقات التي تحول دون استخدام التقنية
78	جدول رقم (25) خدمات المعلومات عبر الهاتف السيار
79	جدول رقم (26) تسويق خدمات المكتبات عبر تقنية الاتصالات
80	جدول رقم (27) تكاليف الخدمات
81	جدول رقم (28) انواع خدمات المعلومات التي تقدم بواسطة وسائل الاتصالات الحديثة
82	جدول رقم (29) الدوافع التي تسعى المكتبات إلي تحقيقها من خلال تسويق خدماتها
83	جدول رقم (30) مدى نجاح المكتبات ومراكز المعلومات في تحقيق اهدافها من تسويق خدمات المعلومات
84	جدول رقم (31) النوع ( طلاب )
85	جدول رقم (32) المراحل الدراسية
86	جدول رقم (33) مدى الامام الطلاب باستخدام الحاسب الالى
87	جدول رقم (34) مدى الامام الطلاب باستخدام شبكة الانترنت
88	جدول رقم (35) معدلات دخول الطلاب بالمكتبة
89	جدول رقم (36) هل 'هنالك خدمات معلومات مقدمة للطلاب
90	جدول رقم (37) انواع الخدمات المقدمة للطلاب
91	جدول رقم (38) مدى الامام الطلاب بمفهوم خدمات المعلومات

92	جدول رقم (39) مدى رضى الطلاب عن هذه الخدمات
93	جدول رقم (40) أقسام لهذه الخدمات
94	جدول رقم (41) رسوم الخدمات
95	جدول رقم (42) مدى ملائمة الرسوم للطلاب
96	جدول رقم (43) آراء الطلاب حيال تسويق المكتبات لخدماتها
97	جدول رقم (44) وجود أقسام تسويق خدمات المعلومات
98	جدول رقم (45) اثر تقانة الاتصالات في سرعة إيصال الخدمات
99	جدول رقم (46) الوسيلة الأمثل لتلقى خدمات المعلومات
100	جدول رقم (47) الفوائد التي تعود علي الطالب من تسويق المكتبة لخدماتها .