

اثربخشی سیستم های آموزش مجازی

مؤلف:

مریم عروسی ارگنهء

www.ketab.ir



- سرشناسه : کرمی ارگنهء، مریم، ۱۳۵۹-
عنوان و نام پدیدآور : اثربخشی سیستم‌های آموزش مجازی/مؤلف مریم کرمی ارگنهء.
مشخصات نشر : مشهد: انتشارات جالیز، ۱۴۰۰.
مشخصات ظاهری : ۹۶ ص.
شابک : ۴۵۰۰۰۰ ریال-0-720-263-622-978:
وضعیت فهرست : فیبا
نویسی
یادداشت : کتابنامه: ص. ۹۳-۹۶.
موضوع : حسابداری -- آموزش به کمک کامپیوتر
موضوع : Accounting -- Computer-assisted instruction
موضوع : تدریس اثربخش
موضوع : Effective teaching
رده بندی کنگره : ۵۴۷۹۴
رده بندی دیویی : ۳۷۲/۶۵۷
شماره : ۸۴۱۸۴۵۱
کتابشناسی
ملی
اطلاعات رکورد : فیبا
کتابشناسی



اثربخشی سیستم های آموزش مجازی

مریم کرمی ارگنهء

ناشر: انتشارات جالیز

چاپ: اول، تابستان ۱۴۰۰ / ۱۰۰۰ نسخه

قطع: وزیری / تعداد صفحه: ۹۶

قیمت: ۴۵۰،۰۰۰ ریال

شابک: ۷۲۰-۷۲۰-۲۶۳-۶۲۲-۹۷۸

طراح جلد: صالح مقدم

صفحه آرائی: سعید محمد مهدیزاده فیض آبادی

حق چاپ محفوظ است

فهرست مطالب

۷	مقدمه
۷	چشم انداز شغل حسابداری
۹	آموزش مجازی
۱۲	مدارس اختصاصی در ایالات متحده
۱۴	اعتبار قانونی مدارس خصوصی
۱۵	آموزش مجازی آسان
۱۵	آموزش دانش آموزان مجازی بالغ
۱۸	شیوه های آموزش افراد بالغ
۲۳	آموزش حسابداری
۲۸	انگیزه دانشجویان مجازی حسابداری از آموختن
۳۰	آموزش دائمی حسابداری
۳۳	گواهینامه عمومی حسابداری
۳۷	روش های تدریس جاری استفاده شده
۵۰	شیوه های آموزش دانشجویان
۵۴	روشهای مطلوب و نامطلوب تدریس برای دانشکده
۵۶	روشهای تدریس دانشکده که می خواهد خوب باشد

فرایند گواهینامه CPA در ایالات متحده..... ۶۰

روش های کلی استفاده شده توسط دانشکده های آموزش حسابداری مجازی در ایالت

متحده ۶۶

تحقیقات انجام شده در خارج از کشور..... ۷۷

تحقیقاتی که در داخل کشور انجام شده است ۸۸

منابع و مآخذ..... ۹۳

www.ketab.ir

مرور ادبی در پنج بخش بزرگ تقسیم بندی شده است: (۱) چشم انداز شغل حسابداری (۲) آموزش

مجازی

(۳) آموزش دانش آموزان بالغ (۴) آموزش حسابداری (۵) روش های تدریس دانشکده های حسابداری

مجازی

چشم انداز شغل حسابداری:

مطالعات حسابداری خیلی مفید هستند زیرا که انتظار می رود اقتصاد محصولات بیشتر و بزرگتری را برای بازرگانی جدید با توجه به آموزش و مهارت های روزافزون و متعدد تولید نماید و به همین خاطر حسابداران و حسابرسان بیشتری اهمیت حرفه حسابداری را می دانند. مطابق یک بررسی که برای حرفه های حسابداری توسط سالزمان (۲۰۰۶) انجام شد بازار حرفه های حسابداری داغ هستند و باید بازارشان داغتر از این هم بماند تا زمانی که موارد ذیل را داشته باشند:

- ۱- ثبت نام های مدارس بازرگانی در این سالهای اخیر به دریایی بزرگ تبدیل شده است که به وسیله کامپیوتر و تکنولوژی اطلاعات و مدیریت بازرگانی صورت گرفته است فارغ التحصیلان تازه در حسابداران جامعه را کفایت نمی کند و شکاف بین عرضه و تقاضا را در حسابداری بوجود آورده است.

۲- رویدادهای تجاری جدید در جهان عمومی شده است و بازرگانان کوچک حالا می خواهند تا برای خودشان یک پشتوانه اقتصادی داشته باشند بازرگانان کوچک به حسابدارانی برای کمک به رویدادهای بازرگانی، مشاوره اظهارات مالی، بودجه و برگشت مالیات اضافی که پرداخت شده است نیاز دارند.

۳- اختلاس و رسوایی های تازه در حسابداری تغییرات عمده ای را در قوانین و مقررات به وجود آورده است این افزایش تقاضا برای حسابداران و تخصص های حسابداری که جدید هستند جالب است و تلاش حرفه حسابداری برای جلوگیری از فریب و کلاهبرداری رو به بالا خواهد بود.

۴- افزایش تعداد حوزه های بازرگانی و رویدادهای بالای میانه سالهای ۱۹۹۰ نشان می دهد که افزایش تقاضا برای حسابداران وجود داشته است و شرایط موجود در بازار تقاضا را برای حسابداران افزایش داده است زیرا که شرکاء تجاری علاقه مند می باشند که چگونه می توانند با حساب و کتاب کردن در حوزه های بازرگانی درآمدها را افزایش و هزینه ها را کاهش دهند.

مطابق بررسی سالوین (۲۰۰۰) آموزش حسابداری در حال تغییرات تند و سریعی باشد و حق استفاده بیشتری را برای مردم به وسیله اینترنت و مسیر آموزش بوجود آورده است و شرکتهای حسابداری می خواهند بزودی کارمندان تازه ای را از میان دانشجویان بالغ مدرن استخدام کنند.

شرکت های بزرگ هم اکنون در حال شمارش کمبودهای مسیر آموزش حسابداری می باشند تا به وسیله آن برنامه های آموزش حسابداری را آماده کنند تا فارغ التحصیلان حسابداری و غیر حسابداری آموزش حرفه ای خود را فرا بگیرند و یک آموزش همیشگی و فراگیر را برای کارمندان خود فراهم کنند. خیلی از افراد بالغ کم تجربه هستند زیرا از نظر اوضاع اقتصادی فقیر هستند و به همین خاطر به دنبال ترفیعات گم شده خود هستند که آن را ناشی از فقدان آموزش می دانند

این حق کارفرمایان است که تقاضاهای معقول و خوب از کارمندانشان داشته باشند تا بوسیله آموزش حسابداری زمینه های رشد خود را فراهم آورند و در آموزش مجازی حسابداری شرکت کنند تا جزء جامعه دانشجویان مجازی به حساب بزنند و خیلی از آرزوهایی که دانش آموزان بالغ مجازی می خواستند برآورده شود از طریق نمرات آموزش مجازی حسابداری به حقیقت پیوسته است.

آموزش مجازی:

در سال (۱۹۹۷) یک مرکز داخلی آمریکا برای آموزش مجازی آماری را ارائه داده بود که فقط یک سوم از مؤسسات آموزش عالی آموزش مجازی را پیشنهاد کرده بودند. در (۱۹۹۹) محققان ادعا کردند که (۸۵٪) از دانشکده ها و دانشگاهها در سطح پیشنهاد مقدماتی تدریس آموزش مجازی هستند و رقابتهای آموزش مجازی به وسیله آنها هموار شده است (۲۰۰۲).

خیلی از دانشکده های مدرن غیر سستی و دانشگاهها انتظار داشتند که پیشنهادات رقابت های مختلف آموزشی و تماما در آموزش مجازی باشد. و اما امروزه انتظارات فراتر از رتبه دادن یا نمره دادن دانشکده ها می باشد که چگونه آن ها در رقابت های آموزش مجازی نمرات را مشخص می کنند.

در سال ۲۰۰۵ در ایالات متحده یک گزارش تایید شده وجود داشت که آموزش مجازی به وسیله آلفرد اسلوان تأسیس شد و به وسیله گروه تحقیق باب سون که با دانشکده ها مشارکت داشتند هدایت و انتقال یافت و در گزارش سالانه خودشان یک وضعیت از آموزش مجازی به آموزش عالی ایالات متحده ارائه کردند که آموزش مجازی و هم آموزش سستی در دو نوع کوچک یا بزرگ از برنامه ها و رقابت ها رخنه دارد.

گروه تحقیق باب سون یافته های خودشان را به صورت ذیل ارائه کرده اند:

۱- ثبت نام آموزش مجازی یک نرخ بالای ۱۰ ساعت را نشان می دهد که این موضوع به وسیله

مرکز داخلی آموزش حسابداری عمومی تایید شده است.

۲- ۶۳٪ از مدارس که کلاسهای چهره به چهره دوره لیسانس حسابداری داشتند پیشنهاد کردند

که به آموزش مجازی تبدیل شود.

۳- از میان همه مدارس که پیشنهاد کلاس های بازرگانی چهره به چهره را داشته اند ۴۳٪ نیز

پیشنهاد کرده اند که آموزش برنامه های بازرگانی به صورت مجازی باشد.

در مطالعه دیگری که توسط اسلوان ضمانت داشت گزارش خود را اینطور تعریف کرده بود:

از آموزش مجازی در ایالات متحده سال ۲۰۰۶ یک گزارش توسط گروه تحقیق باب سون که با دانشکده ها در ارتباط بوده است نتیجه گیری شده بود که اهمیت وسعت آموزش مجازی در میان مؤسسات آموزش عالی ایالات متحده گزارش شده است که برخی یافته ها نیز به صورت ذیل بوده اند:

- ۱- تقریباً ۳/۲۰۰/۰۰۰ دانشجو در رقابت آموزش مجازی سال گذشته منتهی به ترم آخر ۲۰۰۵ ثبت نام کرده اند و تعداد ۲/۳۰۰/۰۰۰ نفر هم در سال گذشته گزارش شده بود.
 - ۲- در ترم های جاری رقابت آموزش مجازی ۸۰۰/۰۰۰ نفر اضافی ثبت نام کرده بودند.
 - ۳- دانشجویان مجازی مانند لبلای کاربلن دانشجو در مقابل فشار سخت دوره لیسانس هستند.
 - ۴- مؤسسات آموزش عالی گزارش ثبت شده ای از رشد آموزش مجازی دارند که این رشد ناشی از رشد عددی و هم درصدی می باشد و آن رشد زمانی اساسی تر می شود که اساتید و دانشجویان به وسیله فاصله فیزیکی و تکنولوژی کاملاً جداگانه هستند.
- اینترنت مبنی بر کلاسهای درس نقش های اساسی را در مسیر آموزش افراد دارد چنانچه قبلاً مسیر آموزش نیز ویدئوها بودند. شناخت کلاسها نیز شباهت به رقابت های شتر با برجستگی دیررس قرن نوزدهم دارد. تکنولوژی های گذشته نیز رادیو و تلویزیون بوده اند اما امروزه اینترنت فاصله و مسیر آموزش را برای خیلی از مردم در فضاهای گسترده دگرگون ساخته است.

لی ویز (۱۹۹۳) یک مطالعه قبلی و گذشته را در آموزش مجازی هدایت کرد. این مطالعه ضمانتی برای شناسایی مبارزات و علاقه مندان به آموزش مجازی می باشد. زمانیکه تدریس کلاسها در دانشگاهها بر سر اختلافات بین تعلیم دادن کلاسهای مجازی و سستی متمرکز شده بودند مبنی بر این گواه می باشد. مطابق بررسی پان (۲۰۰۴) صفحه گستر وب مسیر آموزش را بر مبنای ترکیب بندی ایده آل از آموزش خود انفعالی و اثر بخش آماده می کند صحبت ها و گفتگوهای مجازی، نگهداری ایمیل و تشریک مساعی یک حس خوب از جامعه را برای دانشجویان فراهم می کند. پان (۲۰۰۴) بیان کرد که آموزش مجازی می توان چندان خوب یا از نظر کیفیت چنان بهتر باشد که در جلسات کلاسها یک یا چند گواه تحقیق از بحث و مذاکره وجود داشته باشد. آماده کردن کیفیات مختلف آموزش مجازی در یک ابزار آلات با چندین مقیاس کنترل کیفی موافقت گفته های پان می باشد.

مدارس اختصاصی در ایالات متحده :

این خیلی مهم است که مالکیت مؤسسات خصوصی مورد بحث قرار بگیرد زیرا که آنها بخش بزرگی از بازار آموزشی را ثبت نام می کنند.

با فرض اینکه شرکتهای عالی و بزرگ مبارزه بازاریابی و سرمایه لازم سرمایه گذاری را برای رشد نقدینگی دارند. دورنمای بازار اختصاصی رشد سودی بین ۱۴ تا ۱۵٪ در سال ۲۰۰۷ بوده است و برای رسیدن به درآمد سالانه ۲۰ بیلیون دلاری در حال تلاش و رقابت هستند.

کالج هر (۲۰۰۵) اعتقاد داشت که چشم و هم چشمی نیز در مؤسسات خصوصی وجود دارد تا آنها شناخت بهتری از دانشجویان و مشتریان خود داشته باشند و مؤسسات خصوصی نیز نیازهای خود را از زمان ثبت نام دانشجویان برای حفظ مشتریان برابر و یکسان مطرح می کنند و از درآمد اجاره برای استمرار برنامه ها کمک می گیرند.

تا تابلوی نمایشی تبلیغاتی با قابلیت های اینچینی جذب کنند: آراستگی یا وضع ظاهری، اتاق برای اساتید، صحبت و سمینارهای زنده ویدئویی و دسترسی نامحدود به کتابخانه ها و کتابخانه های مجازی نامحدود دیگر و وسایل نوشتن واقعی که هر کدام به دانش آموزان و دانشجویان کمک می کند که نوشته های خود را اصلاح و بهبود بخشند و از معلم خصوصی مجازی نیز استفاده کنند.

با خیلی از فرض ها سازمانهای خصوصی تلاش می کنند که برای حفظ دانشکده اثربخش و حضور شخصیت ها در محیط آموزش مجازی در صورت کلاس درس را با حداقل تعداد روزهای هفته برگزار کنند. به وسیله ترسیمات فوق برنامه برای دانشجویان فرصتی را برای تصمیم گرفتن انتشارت، پرسشها و جوابها، و مراقبت کردن از واکنش های کیفی را برای همه اوقات فراهم آورند. برخی از مدارس خصوصی نیز شرکتهای عمومی هستند که زیر فشار سخت اداره کردن سهامداران یا سرمایه گذاران و یا موجودی کالای بازار می باشند.