

جامعة العربي بن مهدي - أم البواقي -  
كلية العلوم الاقتصادية العلوم التجارية وعلوم التسيير

يوم: 2024/01/16

د. مكريسي ل.

قسم العلوم التجارية

السنة الثانية ماستر تسويق خدمات

الإجابة النموذجية لامتحان السداسي الثالث في مقياس منهجية البحث العلمي

الاسم:	اللقب:	الفوج:	الإمضاء:
--------	--------	--------	----------

السؤال الأول (06 نقاط): (0.5 لكل إجابة صحيحة اختيار إجابة صحيحة وأخرى خاطئة لا يتحصل على العلامة)

1. ليست من خصائص البحث العلمي: أ. الدقة والثقة ب. القابلية للاختبار ج. التحيز للمشكلة د. قابلية التكرار	2. من الطرق المستخدمة في جمع البيانات: أ. المقابلة. ب. الانترنت. ج. الاستبيان. د. كل ما سبق.
3. اعتماد الباحث على المصادر الأولية المباشرة للبيانات تعني: أ. الاعتماد على المواقع والهيئات الرسمية التي تتوفر عليها. ب. الاعتماد على المراجع والمصادر. ج. الاعتماد على تقارير المنظمات المحلية أو الدولية المنشورة. د. جميع ما سبق. هـ. ليس مما سبق.	4. الخطوة الأخيرة من خطوات إعداد البحث العلمي، هي: أ. <u>تحرير نتائج الدراسة.</u> ب. تحليل المعلومات. ج. آفاق الدراسة. د. توصيات الدراسة. هـ. كتابة المراجع.
5. يتحكم في درجة قابلية نتائج البحث العلمي للتحقق: أ. طرح الآراء الشخصية للباحث. ب. <u>الاعتماد على أدوات التحليل والربط بأقل قدر من التدخل الشخصي للباحث.</u> ج. زيادة التدخلات الشخصية من الباحث. د. جميع ما سبق.	6. الخطوة التي يعكف فيها الباحث على فحص نتائج بحوث منتهية في نفس مجال البحث تسمى: أ. صياغة مشكلة الدراسة. ب. تحديد منهج الدراسة. ج. <u>استعراض الدراسات السابقة.</u> د. تحليل نتائج الدراسة.
7. اختيار الباحث لمنهج البحث تستوجب منه: أ. الاستعانة بمنهج واحد فقط. ب. <u>يمكن أن يستعين بأكثر من منهج.</u> ج. ليس مما سبق.	8. من بين العناصر التي لا تتضمنها المقدمة: أ. منهج الدراسة. ب. أهمية وأهداف الدراسة. ج. <u>آفاق الدراسة.</u> د. حدود الدراسة.

السؤال الثاني (04 نقاط): (01 نقطة لكل إجابة صحيحة مع ضرورة التعليل)

1. الفرض البديل يعني عدم وجود علاقة بين متغيرات الدراسة.  
خطأ: الفرض البديل يعني وجود علاقة بين متغيرات الدراسة.
2. عند قيام الباحث بإعادة صياغة النص الأصلي بأسلوبه الخاص مع الحفاظ على الفكرة العامة التي يتضمنها النص فإننا نتكلم عن الاقتباس المباشر.  
خطأ: عند قيام الباحث بإعادة صياغة النص الأصلي بأسلوبه الخاص مع الحفاظ على الفكرة العامة التي يتضمنها النص فإننا نتكلم عن الاقتباس غير المباشر.

## جامعة العربي بن مهدي-أم البواقي-

### كلية العلوم الاقتصادية العلوم التجارية وعلوم التسيير

3. يقصد بصدق الاستبيان هو أن يعطي الاستبيان نفس النتائج أو نتائج متقاربة إذا طبق أكثر من مرة في ظروف متماثلة.

خطأ: يقصد بصدق الاستبيان هو قياس مدى توافق العبارات والمحاور والأبعاد في الاستبيان مع بعضها البعض، أي أن تقيس فعلا ما وضعت لقياسه.

4. إليك عنوان المذكرة التالي: التسويق التعليمي وجودة الخدمات التعليمية-دراسة حالة-. لا يمكن صياغة العنوان بطريقة أفضل.

خطأ: يمكن صياغة العنوان كما يلي: دور التسويق التعليمي في الارتقاء بجودة الخدمات التعليمية-دراسة عينة من المؤسسات التعليمية بمدينة أم البواقي.

**السؤال الثالث (03 نقاط): (01.5 نقطة لكل إجابة صحيحة، يجب أن يكون ترتيب كل العناصر صحيحا بالنسبة للمرجع الواحد للحصول العلامة الكاملة)**

1. سعودي، همام. بطورة، فضيلة. (2020). أثر الكلمة المنطوقة على قرار تبني المستهلك للمنتجات الجديدة: دراسة ميدانية لخدمات الجيل الرابع لمؤسسة حازي بولاية المسيلة. المجلة الجزائرية للعلوم الاجتماعية والإنسانية. المجلد 08، العدد 01، 09-31.

2. Kinga Edwards. (2023), Thriving in the German Ecommerce Market: Opportunities and challenges, E-commerce Germany News, <https://ecommercegermany.com/blog/thriving-in-the-german-ecommerce-market-opportunities-and-challenges>, (consulted on: 15/01/2024).

**السؤال الرابع (07 نقاط):** بناء على تخصصكم تم الاتفاق مع الأستاذ المشرف على البحث في مجال الذكاء الاصطناعي والتسويق الرقمي. ملاحظات هامة:

- يجب استخدام متغيري الدراسة مع بعضهما لا غير.

- يجب أن تكون صياغة كل من العنوان، الإشكالية، الأسئلة الفرعية والفرضيات وفقا لمنهجية البحث العلمي وكما تم تناولها في المحاضرات التي تم تدريسها في القاعة.

- صياغة الإشكالية صياغة تتناسب مع الموضوع والعنوان أي أن تستمد من الموضوع وتصب في العنوان.

- في صياغة الأسئلة الفرعية والفرضيات يمكن الاعتماد على كل من المتغيرات التي تقيس الذكاء الاصطناعي إن أمكن أو الاعتماد على أبعاد التسويق الرقمي التي تمت دراستها خلال المسار التعليمي، أو الاعتماد على متغيرات تكون منطقية وتتماشى مع متغيري الدراسة.

**مثال توضيحي:**

1. عنوان الدراسة: أثر استخدام الذكاء الاصطناعي على فعالية التسويق الرقمي-دراسة حالة شركة أمازون-(1.5 نقطة)

2. السؤال الرئيسي للدراسة: ما مدى تأثير توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي على فعالية الأساليب التسويقية الرقمية لشركة أمازون. (1 نقطة)

الأسئلة الفرعية: (0.5 نقطة لكل سؤال)

أ. هل يؤثر الذكاء الاصطناعي على صافي مبيعات التسوق لشركة أمازون؟

ب. هل يؤثر الذكاء الاصطناعي على حجم التسوق الإلكتروني لشركة أمازون؟

3. فرضيات الدراسة: (0.5 نقطة لكل فرضية)

الفرضية الرئيسية: يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى دلالة 5% لاستخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي على فعالية الأساليب التسويقية الرقمية.

الفرضيات الفرعية:

أ. يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى دلالة 5% لاستخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي على زيادة صافي مبيعات التسوق لشركة أمازون.

ب. يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى دلالة 5% لاستخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي على زيادة حجم التسوق الإلكتروني لشركة أمازون.

4. مناهج الدراسة: المنهج الوصفي، ومنهج دراسة حالة. (01 نقطة لكل منهج)