

التمرين الأول: اختر الإجابات الصحيحة. (06 ن)

1. يكمن الفرق الجوهرى بين العينة الطبقية والعينة المنتظمة في البحوث العلمية في:

- العينة الطبقية تعتمد على اختيار أفراد بناءً على مستويات غير متجانسة، بينما العينة المنتظمة تعتمد على معايير عشوائية تمامًا.
- العينة الطبقية تتطلب تقسيم المجتمع إلى فئات متجانسة، بينما تعتمد العينة المنتظمة على اختيار الأفراد بفواصل زمني ثابت.
- العينة الطبقية تعتمد على تمثيل كافة خصائص المجتمع، بينما تعتمد العينة المنتظمة على التوزيع العشوائي البسيط.

2. يُعتبر الأكثر دقة من بين أدوات جمع البيانات في دراسة السلوكيات الغير المعلنة:

- المقابلة.
- الملاحظة غير المباشرة.
- الاستبيان المغلق.
- تحليل الوثائق.

3. المعيار الأساسي الذي يجعل عينة الدراسة قابلة للتعميم:

- حجم العينة الكبير.
- العشوائية في اختيار العينة وتمثيلها خصائص المجتمع.
- تجانس مجتمع الدراسة.
- استخدام العينة التجريبية فقط.

4. في المنهج التاريخي يتم ضمان مصداقية الوثائق التي يعتمد عليها الباحث من خلال

- إجراء تقييم داخلي وخارجي للوثيقة لضمان أصالتها ودقة محتواها.
- مطابقة الوثائق مع الدراسات السابقة المنشورة.

- اعتماد الوثائق التي تم نشرها من قبل جهة حكومية فقط.

5. يُعتبر المنهج التجريبي أفضل الطرق لدراسة العلاقات السببية:

- لأنه يعتمد على وصف الظاهرة في سياقاتها الطبيعية.
- لأنه يتحكم في جميع المتغيرات باستثناء متغير واحد.

- لأنه يسمح بمقارنة المتغيرات بين مجموعات متعددة.
- لأنه يعتمد على استخدام الأدوات الإحصائية الدقيقة.

التمرين الثاني: أجب على الأسئلة التالية (06 ن)

- ما هو العامل الذي يجعل المنهج الوصفي أقل دقة مقارنةً بالمنهج التجريبي؟
- ما المقصود بهيكل IMRAD، وما هو الدور الأساسي للمناقشة فيه؟
- ماهي الحالة التي تعتبر سرقة علمية بالرغم من ذكر المصدر؟
- ماهي أهم العناصر أو المحاور التي تتضمنها المذكرة حسب طريقة IMRAD بالشرح؟
- ما هو الفرق بين المذكرة وتقرير التربص؟
- كيف يتم تهميش المراجع التالية (في المتن وفي قائمة المراجع) وفق طريقة التقييم وAPA؟
- الطبعة الأولى، تسويق الخدمات، أ.د. بشير عباس العلاق + د. حميد عبد النبي الطائي، دار زهران للنشر والتوزيع، 2007، الصفحة، الأردن 212.
- واقع وآفاق تعزيز الشمول المالي في الدول العربية، مجلة الاقتصاد والتنمية البشرية، Volume 9, Numéro 1, بن قيدة مروان + بوعافية رشيد، Pages 90-105
- ط.د. ربحي كريمة + أ.د. حسن رضا النجار + سالم رشيد، الشلف، ص ص. 50-55، المعرفة في ظل الاقتصاد الرقمي ومساهماتها في تكوين المزايا التنافسية للبلدان العربية، تكنولوجيا المعلومات والاتصال كدعامة للميزة التنافسية، وكأداة للتأقلم مع المحيط الجديد (مثال الجزائر)، 2007.
- Arellano, M + Bover, O. Journal of econometrics, Another look at the instrumental variable estimation of error-components models. Volume 68, Numero 1, Pages 29-51.1995 .

التمرين الثالث: (08 ن)

في سياق إعداد تقرير تربص أو مذكرة تخرج، يواجه الباحث تحديات تتعلق بالجمع بين الجانب النظري والميداني. إذا افترضنا أن طالباً في تخصص التسويق قدّم مذكرة بعنوان "تأثير استراتيجيات التسويق الرقمي على جذب العملاء في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة"، لكنه ركّز في الجزء النظري على تعريفات التسويق الرقمي واستراتيجياته العامة دون تخصيصها لسياق المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، وفي الجزء الميداني، اكتفى بجمع بيانات حول آراء العملاء باستخدام استبيان عام دون تحليل عميق للبيانات وربطها بالإطار النظري.

السؤال: ما الأخطاء المنهجية التي وقع فيها الطالب عند إعداد مذكرة التخرج مقارنةً بمتطلبات تقرير التربص؟ وكيف يمكن تحسين عملية الدمج بين الإطار النظري والتحليل الميداني لتحقيق أهداف البحث في مجال التسويق الرقمي؟

بالتوفيق

التصحيح النموذجي لامتحان مقياس المنهجية

التمرين الأول: الإجابات الصحيحة هي:

1. يكمن الفرق الجوهرى بين العينة الطبقية والعينة المنتظمة فى البحوث العلمية فى:
 - العينة الطبقية تتطلب تقسيم المجتمع إلى فئات متجانسة، بينما تعتمد العينة المنتظمة على اختيار الأفراد بفواصل زمنية ثابتة.
 - العينة الطبقية تعتمد على تمثيل كافة خصائص المجتمع، بينما تعتمد العينة المنتظمة على التوزيع العشوائى البسيط.
2. يُعتبر من بين أدوات جمع البيانات الأكثر دقة فى دراسة السلوكيات الغير المعلنة:
 - الملاحظة غير المباشرة.
3. المعيار الأساسى الذى يجعل عينة الدراسة قابلة للتعميم:
 - العشوائية فى اختيار العينة وتمثيلها خصائص المجتمع.
4. فى المنهج التاريخى يتم ضمان مصداقية الوثائق التى يعتمد عليها الباحث من خلال:
 - إجراء تقييم داخلى وخارجى للوثيقة لضمان أصالتها ودقة محتواها.
5. يُعتبر المنهج التجريبى أفضل الطرق لدراسة العلاقات السببية:
 - لأنه يتحكم فى جميع المتغيرات باستثناء متغير واحد.

التمرين الثانى:

- العامل الذى يجعل المنهج الوصفى أقل دقة مقارنةً بالمنهج التجريبى هو عدم التحكم فى المتغيرات الخارجية.
- المقصود بهيكل IMRAD أن المذكرة أو المقال يتشكل من هيكل المقدمة، الطريقة والأدوات، النتائج والمناقشة (IMRAD : Introduction- methods – Results and Discussion). ويعد مساراً جيداً لإنجاز مختلف الدراسات بغض النظر عن نوعها، حيث يستند إلى أربعة أجزاء أساسية هي: المقدمة أو الإشكالية المراد دراستها، الطريقة والأدوات أو كيفية دراسة الإشكالية، النتائج أو ما توصلت إليه الدراسة، المناقشة أو ما الذى تعنيه النتائج.
- بالنسبة للدور الأساسى للمناقشة فيه هو تحليل النتائج وربطها بالأدبيات النظرية وإيجاد تفسيرات لها.
- الحالة التى تعتبر سرقة علمية بالرغم من ذكر المصدر هي حالة استخدام الجمل الأصلية بشكل حرفى دون وضع علامات الاقتباس رغم ذكر المصدر.

- أهم العناصر أو المحاور التي تتضمنها المذكرة حسب طريقة MRAD المشروع مذكرة أو أطروحة على: العنوان، الملخص، المقدمة، الطريقة والأدوات، المحاور الأساسية، الجدول الزمني لإنجاز كل محور، المراجع، الملاحق.
- الفرق بين المذكرة وتقرير التربص:
- 1. من حيث الغرض والهدف:

• المذكرة:

- تهدف إلى دراسة مشكلة علمية محددة بشكل معمق، سواء كانت نظرية أو تطبيقية، وتقديم حلول أو مقترحات قائمة على البحث العلمي.
- تُظهر قدرة الطالب على صياغة مشكلة بحثية، تحليل الأدبيات السابقة، واستخدام المنهجيات العلمية.
- تهدف إلى تقديم إضافة معرفية أو فهم أعمق لموضوع معين.

• تقرير التربص:

- يهدف إلى توثيق التجربة العملية للطالب خلال فترة تربصه في مؤسسة أو شركة.
- يُبرز المهام التي قام بها الطالب، الصعوبات التي واجهها، وكيفية تطبيق المعرفة النظرية في الواقع العملي.
- يركز على ربط ما درسه الطالب في الجامعة بالتجربة الميدانية، دون تقديم إسهام معرفي جديد.

2. من حيث عدد الصفحات:

• المذكرة:

- غالبًا ما تتراوح بين 60 إلى 100 صفحة أو أكثر، حسب متطلبات الجامعة ومستوى الدراسة (ليسانس أو ماستر أو دكتوراه).
- تحتوي على تحليل معمق للإطار النظري، مراجعة الأدبيات، وتحليل البيانات الميدانية باستخدام مناهج علمية.

• تقرير التربص:

- أقصر من المذكرة، ويتراوح بين 20 إلى 40 صفحة فقط.
- يركز على وصف المؤسسة، المهام المنجزة، والصعوبات التي واجهها الطالب، مع تحليل بسيط وعملي.

3. من حيث المحتوى والمضمون:

• المذكرة:

- الإطار النظري: يشمل تعاريف، مفاهيم، ونظريات متعلقة بالموضوع.
- الإطار الميداني: يشمل تحليل البيانات، اختبار الفرضيات، والخروج بنتائج وتوصيات.
- الإسهام العلمي: تقدم المذكرة إضافة معرفية جديدة أو تفسيراً جديداً لمشكلة قائمة.
- تتضمن منهجية بحث دقيقة تعتمد على أدوات مثل الاستبيان، المقابلات، أو التجارب، وتحليل معمق للبيانات.

• تقرير التربص:

- وصف المؤسسة: يشمل معلومات عن نشاطها، هيكلها التنظيمي، وأهدافها.
- المهام المنجزة: يُفصل الأنشطة التي قام بها الطالب خلال التربص.
- الصعوبات والتوصيات: يُوضح التحديات التي واجهها وكيفية معالجتها.
- يحتوي على تحليل بسيط يربط بين المهام التي أنجزت والمعارف النظرية المكتسبة.

4. من حيث الهيكلية:

• المذكرة:

- تتبع هيكلية بحث علمي واضحة:
- 1. المقدمة (طرح المشكلة، الأهداف، المنهجية).
- 2. الإطار النظري (تحليل المفاهيم والنظريات).
- 3. الدراسات السابقة (مراجعة الأدبيات).
- 4. الإطار الميداني (جمع وتحليل البيانات).
- 5. النتائج والتوصيات.
- 6. الخاتمة.

• تقرير التربص:

- هيكله أقل تعقيداً ويركز على الجوانب العملية:
- 1. المقدمة (أهمية التربص وأهدافه).
- 2. وصف المؤسسة (نشاطها، هيكلها، دورها).
- 3. المهام المنجزة (وصف الأنشطة التي قام بها الطالب).
- 4. الصعوبات والتحديات (ما واجهه الطالب خلال التربص).
- 5. التوصيات (اقتراحات لتحسين العمل في المؤسسة).
- 6. الخاتمة.

وفق طريقة الترقيم في الهامش:

1. بشير عباس العلاق، وحמיד عبد النبي الطائي، تسويق الخدمات، الطبعة الأولى، دار زهران للنشر والتوزيع، الأردن، 2007، ص. 212.
2. بن قيدة مروان، بوعافية رشيد، "واقع وآفاق تعزيز الشمول المالي في الدول العربية"، مجلة الاقتصاد والتنمية البشرية، المجلد 9، العدد 1، صفحات 90-105.
3. ربحي كريمة، حسن رضا النجار، سالمي رشيد، "المعرفة في ظل الاقتصاد الرقمي ومساهمتها في تكوين المزايا التنافسية للبلدان العربية"، في: تكنولوجيا المعلومات والاتصال كدعامة للميزة التنافسية، وكأداة للتأقلم مع المحيط الجديد (مثال الجزائر)، الشلف، 2007، ص ص. 50-55.
4. Arellano, M., Bover, O., "Another look at the instrumental variable estimation of error-components models," **Journal of Econometrics**, Vol. 68, No. 1, 1995, pp. 29-51.

2.وفق طريقة APA في النص والمتمن:

في النص (المتن):

1. (العلاق والطائي، 2007، ص. 212)
2. (بن قيدة وبوعافية، 2007، ص. 90-105)
3. (ربحي وآخرون، 2007، ص. 50-55)
4. (Arellano & Bover, 1995, p. 29-51)

في قائمة المراجع:

1. العلاق بشير عباس والطائي حميد عبد النبي . (2007) . تسويق الخدمات . الطبعة الأولى . دار زهران للنشر والتوزيع: الأردن .
2. بن قيدة مروان وبوعافية رشيد. (2007). واقع وآفاق تعزيز الشمول المالي في الدول العربية . مجلة الاقتصاد والتنمية البشرية، (1)9، 90-105.
3. ربحي كريمة، النجار حسن رضا، وسالمي رشيد. (2007). المعرفة في ظل الاقتصاد الرقمي ومساهمتها في تكوين المزايا التنافسية للبلدان العربية. في: تكنولوجيا المعلومات والاتصال كدعامة للميزة التنافسية، وكأداة للتأقلم مع المحيط الجديد (مثال الجزائر)، (50-55)الشلف.
4. Arellano, M., & Bover, O. (1995). Another look at the instrumental variable estimation of error-components models. **Journal of Econometrics**, 68(1), 29-51.

التمرين الثالث:

الأخطاء المنهجية التي وقع فيها الطالب:

1. في الجزء النظري:

- **العمومية وعدم التخصيص:** اكتفى الطالب بتقديم تعريفات عامة للتسويق الرقمي واستراتيجياته دون تخصيصها لسياق المؤسسات الصغيرة والمتوسطة. هذا يُضعف صلة الإطار النظري بالمجال الميداني للدراسة.
- **غياب الربط بين المفاهيم:** لم يُبرز العلاقة بين التسويق الرقمي وجذب العملاء بشكل واضح، مما أدى إلى ضعف في بناء الإطار المفاهيمي.
- **عدم الاستفادة من الدراسات السابقة:** قد يكون هناك نقص في تحليل الدراسات السابقة التي تناولت نفس الموضوع وربطها بالدراسة الحالية لتحديد الفجوة البحثية.

2. في الجزء الميداني:

- **استخدام أداة جمع بيانات عامة:** الاستبيان الذي اعتمده الطالب كان عامًا، ولم يُصمم خصيصًا لفهم استراتيجيات التسويق الرقمي وتأثيرها على المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، مما يضعف جودة البيانات.
- **غياب التحليل العميق:** اكتفى بجمع البيانات دون تفسيرها بشكل كافٍ أو ربط النتائج بالإطار النظري، مما أضعف القدرة على استخلاص استنتاجات تدعم فرضيات البحث.
- **عدم تطويع الأدوات البحثية:** لم يتم استخدام أدوات متقدمة مثل المقابلات مع خبراء التسويق في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة لتحصيل فهم أعمق.

كيفية تحسين عملية الدمج بين الإطار النظري والتحليل الميداني:

1. في الجزء النظري:

- **التخصيص:** تقديم تعريفات ومفاهيم تركز على التسويق الرقمي في سياق المؤسسات الصغيرة والمتوسطة مع توضيح الفرق بينها وبين المؤسسات الكبيرة.
- **الربط:** بناء إطار مفاهيمي يوضح العلاقة بين استراتيجيات التسويق الرقمي وعوامل جذب العملاء.
- **تحليل الدراسات السابقة:** اختيار الدراسات ذات الصلة بالمجال لتحديد الجوانب التي لم تُدرس بعمق وربطها بالدراسة الحالية.

2. في الجزء الميداني:

- **تطوير أدوات جمع البيانات:** تصميم استبيان مخصص يتناول عناصر محددة مثل فعالية الإعلانات الرقمية، استخدام وسائل التواصل الاجتماعي، وقياس رضا العملاء عن الاستراتيجيات.

- **تنويع الأدوات :**الجمع بين الاستبيانات والمقابلات مع خبراء التسويق الرقمي ومسؤولي المؤسسات الصغيرة لتوفير بيانات نوعية تكمل البيانات الكمية.
- **تحليل البيانات بعمق :**تطبيق نماذج إحصائية مثل الانحدار وتحليل الارتباط لدراسة العلاقة بين استراتيجيات التسويق الرقمي وعوامل جذب العملاء مع تقديم تفسيرات واضحة.
- **ربط النتائج بالإطار النظري :**تحليل النتائج وربطها مباشرة بالمفاهيم والنظريات التي تمت مناقشتها في الجزء النظري لإظهار مدى تحقيق الدراسة لأهدافها.