



عنوان التقرير

اثر ادارة مخاطر المشروع على نجاح الحملة التسويقية

إعداد الطالبة/

حليمة وليد أبو عيسى

إشراف/

د عبد الرحيم نادر

العام الدراسي:

2026

1. المقدمة

أخلاقيات البحث العلمي هي مجموعة من المبادئ والقواعد التي تنظم سلوك الباحث أثناء إعداد الدراسات، بهدف ضمان النزاهة والشفافية وحماية المشاركين. وتبرز أهميتها في تعزيز مصداقية النتائج ومنع التحيز أو التلاعب بالبيانات. يهدف هذا التقرير إلى توضيح مبادئ الأخلاقيات وتطبيقها على بحث: أثر إدارة مخاطر المشروع على نجاح الحملة التسويقية.

2. أهمية أخلاقيات البحث العلمي

تعد الأخلاقيات عنصرًا أساسيًا لضمان جودة البحث، لأنها تمنع الانتحال، وتحمي خصوصية المشاركين، وتضمن جمع البيانات بطريقة عادلة وشفافة. كما تعزز الثقة في نتائج البحث، خصوصًا في الدراسات التي تعتمد على آراء العاملين كما في بحث إدارة مخاطر الحملات التسويقية.

3. المبادئ الأساسية لأخلاقيات البحث العلمي

أ) الأمانة العلمية

تعني نقل المعلومات والنتائج كما هي دون تزيف.

مثال: عدم تعديل نتائج الاستبيان لرفع قوة العلاقة بين إدارة المخاطر ونجاح الحملة.

ب) النزاهة

الالتزام بالصدق في جميع مراحل البحث.

مثال: توضيح حدود الدراسة وعدم الادعاء بنتائج غير مدعومة.

ج) الموضوعية

تجنب التحيز الشخصي أثناء التحليل.

مثال: تحليل بيانات الموظفين دون تفضيل قسم على آخر.

د) السرية

حماية بيانات المشاركين وعدم كشف هوياتهم.

مثال: استخدام رموز بدل أسماء موظفي الشركة الافتراضية.

هـ) الموافقة المستنيرة

إبلاغ المشاركين بطبيعة البحث قبل مشاركتهم.

مثال: إعلام الموظفين بأن الاستبيان يهدف لدراسة إدارة المخاطر فقط.

4. القضايا الأخلاقية في البحث العلمي

أ) الانتحال العلمي

نقل نصوص أو أفكار دون توثيق.

مثال: نسخ تعريف إدارة المخاطر من مصدر دون ذكر المرجع.

ب) تزوير البيانات

تغيير النتائج أو حذف بيانات غير مرغوبة.

مثال: حذف إجابات تقلل من قوة الفرضيات.

ج) التحيز

توجيه النتائج لخدمة رأي الباحث.
مثال: اختيار عينة من قسم واحد فقط في الشركة.

(د) انتهاك الخصوصية

كشف بيانات المشاركين دون إذن.

مثال: نشر أسماء الموظفين الذين شاركوا في الاستبيان.

(هـ) تضارب المصالح

وجود مصلحة شخصية تؤثر على البحث.

مثال: إذا كان الباحث يعمل في الشركة التي يجري عليها الدراسة.

5. القواعد واللوائح المنظمة لأخلاقيات البحث

تشرف لجان أخلاقيات البحث (IRB) على مراجعة الدراسات لضمان حماية المشاركين. كما توفر معايير APA قواعد واضحة للتوثيق، وتنظيم الاقتباسات، ومنع الانتحال. وتساعد هذه اللوائح على ضمان الشفافية والالتزام الأخلاقي في جميع مراحل البحث.

6. التطبيق العملي على موضوع البحث.

موضوع البحث: أثر إدارة مخاطر المشروع على نجاح الحملة التسويقية.

(أ) جمع البيانات

تم استخدام استبيان موجّه للعاملين في الشركة الافتراضية، مع توضيح الهدف من البحث قبل المشاركة.

(ب) السرية

تم ضمان سرية البيانات من خلال عدم طلب أي معلومات شخصية مباشرة، والاكتفاء ببيانات عامة مثل العمر والخبرة.

(ج) الموافقة المستنيرة

تم إعلام المشاركين بأن مشاركتهم اختيارية، وأن البيانات ستستخدم لأغراض أكاديمية فقط.

(د) تجنب التحيز

تم اختيار عينة متنوعة من أقسام مختلفة لضمان تمثيل عادل.

(هـ) تجنب المخاطر

لا توجد مخاطر مباشرة على المشاركين، لكن تم التأكيد على عدم استخدام البيانات في تقييم أداء الموظفين.

(و) النزاهة في التحليل

تم تحليل البيانات كما هي دون تعديل، مع توضيح حدود الدراسة.

7. الخاتمة

يلعب الالتزام بأخلاقيات البحث العلمي دورًا محوريًا في ضمان جودة ومصداقية الدراسات الأكاديمية. وقد تم في هذا التقرير توضيح المبادئ الأخلاقية وتطبيقها على بحث إدارة مخاطر الحملات التسويقية، مما يعزز من قوة النتائج وموثوقيتها. وتوصي الدراسة بالالتزام الدائم بالأخلاقيات في جميع الأبحاث المستقبلية.

8. المراجع

- ISO. (2018). ISO 31000: Risk Management — Guidelines -
- Project Management Institute. (2017). PMBOK Guide (6th ed.) -
- Smith, L. (2020). Digital Marketing Campaign Success Factors -
- Rahmana, A. (2024). Project Risk Management Framework -