

مهارات بحثية 3

إشراف د: مرفت محمد

إعداد الباحث
عمر غازي

الرقم الجامعي
2021202872

برنامج دكتوراة الإعلام الرقمي

الفصل الثاني / العرض الرابع



مجتمع الدراسة والعينة في بحث "دور قناة الشارقة
الفضائية في التسويق السياحي باستخدام وسائل
الإعلام الجديد"



معلومات الدراسة

- **العنوان:** دور قناة الشارقة الفضائية في التسويق السياحي باستخدام وسائط الإعلام الجديد

- **الباحث:** عماد الدين تاج السر فقير عمر

- **الجامعة:** جامعة القاهرة

- **سنة النشر:** 2020

مجتمع الدراسة

يتكون مجتمع الدراسة من جميع البرامج والتقارير الإعلامية التي تبثها قناة الشارقة الفضائية والتي تتناول موضوع التسويق السياحي باستخدام وسائط الإعلام الجديد خلال الفترة الزمنية المحددة للدراسة.

تم تحديد هذه البرامج بناءً على معايير محددة تركز على المحتوى المتعلق بالتسويق السياحي وكيفية استخدام وسائل الإعلام الرقمي في الترويج للسياحة في إمارة الشارقة.



العينة

تم اختيار عينة قصدية من البرامج والتقارير الإعلامية بلغ عددها 195 برنامجًا وتقارير.

تم تحديد حجم العينة بناءً على قواعد العينة القصدية التي تعتمد على اختيار العناصر التي تحقق أهداف الدراسة بشكل مباشر.

تضمنت العينة البرامج التي تتناول موضوع التسويق السياحي بشكل أساسي وتلك التي تستخدم تقنيات ووسائط الإعلام الجديد في إيصال رسائلها.



تحديد حجم العينة

تم تحديد حجم العينة بناءً على المتاح من البرامج والتقارير ذات الصلة بموضوع الدراسة خلال الفترة المحددة.

لم يتم استخدام معادلة رياضية محددة لتحديد حجم العينة، وإنما اعتمد الباحث على توفر المواد الإعلامية ذات الصلة وتحقيق التغطية الكافية لمجتمع الدراسة.

النوع

العينة المستخدمة في الدراسة هي عينة قصدية، وهي تعتمد على اختيار العناصر التي يمكن أن تساهم بشكل مباشر في تحقيق أهداف البحث.

يعتبر هذا النوع من العينات مناسباً للدراسات التي تتطلب تحليل محتوى محدد ومعين، مما يساعد في التركيز على البرامج والتقارير الأكثر صلة بموضوع البحث وتحقيق نتائج دقيقة وذات دلالة.





مجموعة جامعة
الجميع الذكية
للتعليم القابضة

MIDOCEAN
UNIVERSITY



Thank You

