

تكليف محاضرة ٦ لمقرر مهارات بحثية ١

إعداد الطالب: فيصل الشمري

محاضرة ٦



المهمة المطلوبة :

في ضوء دراستك لمتغيرات الدراسة، اعرض لفروض واهداف البحث العلمي لإحدى الدراسات، ثم حدد بتلك الفروض أي المتغيرات كان مستقلا وايها كان تابعا، وأيها كان وسيطا ان وجد، على أن يتم عرض اجابتم في صيغة ملف PDF وأيضا فيديو.

مع أطيب التمنيات بالتوفيق،

أهداف البحث

إن أي بحث علمي يقوم على دوافع للباحث وأهداف يرغب في تحقيقها ومن أدبيات البحث العلمي نجد أن أهداف البحث العلمي بشكل عام تكمن في مشكلة البحث المطروحة والسير في الأسلوب العلمي لوضع الحلول لها، ولكن بشكل أكثر تفصيل تكمن أهداف البحث العلمي في الآتي:

- الهدف النظري: وهو إثراء المفاهيم النظرية لمتغيرات البحث وفق النظريات المتبعة.
- الهدف التطبيقي: محاولة اختبار الفروض والتأكد من صحتها في مجتمع البحث، والتعليق عليها.
- هدف الباحث: تقديم نتائج وتوصيات لمجتمع البحث.

فروض البحث

تعرف فروض البحث العلمي: بأنها علاقة بين متغيرين أو أكثر يعبر عنها على شكل عبارات قابلة للاختبار.

وتؤسس هذه الفروض وفق شبكة من التوقعات وضعها الباحث بعد اختياره موضوع البحث من خلال الاطلاع على الدراسات السابقة وتحديد الفجوة البحثية - **ومما يجب الإشارة إليه إن غالبية البحوث باللغة العربية تضع الفروض قبل جزئية الدراسات السابقة إلا قليلاً** - ومن الأفضل أن يبدأ قالب البحث باللغة العربية بمقدمة ثم استعراض الدراسات السابقة ومن ثم عناصر منهجية الدراسة.

متغيرات البحث

وتكمن أنواع المتغيرات في الآتي:

- المتغير التابع: وهو الذي يقدم نفسه كقضية قابلة للفحص والدراسة.
- المتغير المستقل: وهي التي تؤثر إيجابي أو سلبي على المتغير التابع، فعندما يزداد بوحدة واحدة يتأثر المتغير التابع بنسبة من تلك الزيادة.
- المتغير الوسيط: هو ذلك الذي له تأثير الشرطي على المتغير التابع فهو يعدل العلاقة بين المتغير المستقل والمتغير التابع.
- المتغير الضابط: هو الذي يظهر بين الوقت الذي يبدأ فيه المتغير المستقل في التأثير للمتغير التابع.

ورقة التكليف:

تسويق المشاهير استراتيجية تسويقية مؤثرة في إدارة علاقات الزبائن
دراسة استطلاعية لأصحاب المحلات التجارية الرياضية

يوسف حليم الطائي، ضرغام علي العميدي
مجلة الغري للعلوم الاقتصادية، ٢٠١٧م، العدد ٣

ثالثاً-اهداف البحث

بناءً على مشكلة واهمية البحث يمكن بيان اهم الاهداف الخاصة بالبحث وهي :

- 1- التعرف على مدى مساهمة استراتيجية تسويق المشاهير في زيادة معرفة الزبون بالمنتجات المسوقة اليه .
- 2- بيان الاثر الواضح لهذه الاستراتيجية في تفاعل الزبون مع المسوق من جهة ومع المشاهير من جهة اخرى.
- 3- التعرف على مدى مساهمة هذه الاستراتيجية بإيجاد قيمة تفاعلية عالية للزبون عند اقتنائه احد منتجات المنظمة.
- 4- بيان مدى قدرة المسوق على تحقيق رضا الزبون الذي تصبو اليه من خلال استخدامه لهذه الاستراتيجية من اجل الحصول على الولاء المطلوب.

ومن أهداف البحث وفرضيات البحث، يتضح لنا إن متغيرات

الدراسة كالاتي:

المتغيرات المستقلة:

- تسويق المشاهير.

المتغيرات التابعة:

- إدارة علاقات الزبون.
- معرفة الزبون.
- قيمة الزبون.
- رضا الزبون.

من الفرضيات وهي :

الفرضية الرئيسية الاولى

"توجد هناك علاقة ارتباط ذات دلالة احصائية بين تسويق المشاهير وادارة علاقات الزبائن " وتنبثق من هذه الفرضية الرئيسة الفرضيات الفرعية الآتية:

- 1- توجد هناك علاقة ارتباط ذات دلالة احصائية بين تسويق المشاهير ومعرفة الزبون .
- 2- توجد هناك علاقة ارتباط ذات دلالة احصائية بين تسويق المشاهير وتفاعل الزبون .
- 3- توجد هناك علاقة ارتباط ذات دلالة احصائية بين تسويق المشاهير قيمة الزبون .
- 4- توجد هناك علاقة ارتباط ذات دلالة احصائية بين تسويق المشاهير رضا الزبون .

الفرضية الرئيسية الثانية

"توجد هناك علاقة تأثير ذات دلالة احصائية بين تسويق المشاهير وادارة علاقات الزبائن " وتنبثق من هذه الفرضية الرئيسة الفرضيات الفرعية الآتية:

- 1- توجد هناك علاقة تأثير ذات دلالة احصائية بين تسويق المشاهير ومعرفة الزبون .
- 2- توجد هناك علاقة تأثير ذات دلالة احصائية بين تسويق المشاهير وتفاعل الزبون .
- 3- توجد هناك علاقة تأثير ذات دلالة احصائية بين تسويق المشاهير قيمة الزبون .
- 4- توجد هناك علاقة تأثير ذات دلالة احصائية بين تسويق المشاهير رضا الزبون .



Thank You