

Final Project 1

Code: MGM 496-PMG496

Project Template

Faculty of Management
Midocean University

عنوان المشروع
أثر إدارة المشاريع في صناعة الإنتاج الإعلامي

أسم الطالب
بكر شحدة محمود أبو صبحه

مشروع تخرج- 1
كلية الإدارة- جامعة ميدأوشن

إشراف
د. عبد الرحيم نادر
عضو هيئة التدريس- كلية الإدارة- جامعة ميدأوشن

التاريخ- الفصل الدراسي
الفصل الدراسي الثاني - 28\6\2025

جدول المحتويات

3.....	1. الفصل الأول: الإطار العام للدراسة
4.....	1.1. المقدمة:
5.....	1.2. مشكلة الدراسة
5.....	1.2.1. فجوات على المستوى النظري
5.....	1.2.2. فجوات على المستوى التطبيقي
6.....	1.3. أهمية الدراسة
6.....	1.3.1. على المستوى النظري:
7.....	1.3.2. على المستوى التطبيقي:
8.....	1.4. أسئلة الدراسة
8.....	1.5. أهداف الدراسة
8.....	1.6. فرضيات الدراسة
8.....	1.7. نموذج الدراسة
9.....	1.8. منهجية الدراسة
9.....	1.9. الدراسة الميدانية
9.....	1.10. مخطط المشروع المقترح
10.....	2. الفصل الثاني: الدراسات السابقة
11.....	2.1. المقدمة:
11.....	2.2. المتغير المستقل
11.....	2.3. المتغير التابع
11.....	2.4. العلاقة بين المتغير المستقل والمتغير التابع
12.....	2.5. الخاتمة
12.....	قائمة المراجع

1. الفصل الأول: الإطار العام للدراسة

1.1. المقدمة:

تُعد صناعة الإنتاج الإعلامي من أكثر الصناعات تعقيداً وتداخلاً بين التخصصات، حيث تجمع بين الجوانب الإبداعية، والفنية، والتنظيمية، والتقنية. ومع تزايد حجم المشاريع الإعلامية وتعقيدها، برزت الحاجة إلى تطبيق منهجيات إدارة المشاريع لضمان إنجاز الأعمال بكفاءة، ضمن الجدول الزمني والميزانية المحددين، مع الحفاظ على جودة المحتوى وتحقيق الأهداف المرجوة.

تُركّز هذه الدراسة على استكشاف أثر تطبيق مبادئ وأدوات إدارة المشاريع في مراحل الإنتاج الإعلامي المختلفة، بدءاً من التخطيط وكتابة السيناريو، مروراً بالإنتاج والتصوير، وانتهاءً بمرحلة ما بعد الإنتاج والتوزيع. كما تهدف إلى تحليل كيفية مساهمة إدارة المشاريع في مواجهة التحديات الشائعة في هذا القطاع، مثل ضغط الوقت، وتغير المتطلبات، وإدارة الفرق متعددة التخصصات.

ومن خلال هذه الدراسة، سيتم تسليط الضوء على العلاقة بين الممارسات الاحترافية لإدارة المشاريع ومدى نجاح المشاريع الإعلامية، وذلك من خلال دراسة حالات واقعية وتحليل نتائجها، للخروج بتوصيات تدعم تحسين الأداء الإعلامي من منظور إداري احترافي.

1.2. مشكلة الدراسة

تواجه مشاريع الإنتاج الإعلامي تحديات متعددة تتعلق بضبط الوقت والتكلفة وجودة التنفيذ، نتيجة غياب تطبيق منهجيات إدارة المشاريع بشكل منهجي. هذا القصور يُضعف التنسيق بين الفرق، ويؤدي إلى تأخير التسليم أو تجاوز الميزانية. ومن هنا تنبع مشكلة الدراسة في الحاجة إلى فهم أثر تطبيق إدارة المشاريع على تحسين كفاءة وجودة الإنتاج الإعلامي، ومعرفة مدى مساهمتها في التغلب على التحديات التشغيلية التي تواجه هذا القطاع

1.2.1. فجوات على المستوى النظري

رغم وفرة الدراسات في مجال إدارة المشاريع من جهة، والدراسات الإعلامية من جهة أخرى، إلا أن هناك فجوة نظرية واضحة في الدمج بين المجالين، حيث:

قلة الدراسات التي تربط بين مفاهيم إدارة المشاريع وتطبيقاتها في بيئات الإنتاج الإعلامي، خصوصًا في السياقات العربية أو المحلية.

معظم الأدبيات تركز على القطاعات التقليدية (كالبناء، وتكنولوجيا المعلومات)، بينما تُهمل الطبيعة الديناميكية والفنية لصناعة الإعلام.

هناك نقص في النماذج النظرية التي توضح كيف يمكن لممارسات إدارة المشاريع (مثل التخطيط، وإدارة المخاطر، وإدارة الجودة) أن تُترجم إلى نتائج ملموسة في المشاريع الإعلامية.

ضعف الأدلة النظرية التي تقيس العلاقة بين تطبيق منهجيات إدارة المشاريع ونجاح الإنتاج الإعلامي (من حيث الالتزام بالوقت، والجودة، والميزانية).

1.2.2. فجوات على المستوى التطبيقي

على المستوى العملي، لا تزال العديد من مشاريع الإنتاج الإعلامي تُدار بشكل ارتجالي، دون اعتماد أدوات أو منهجيات واضحة لإدارة المشاريع. ويُلاحظ ما يلي:

1. غياب تطبيق منظم لمفاهيم إدارة المشاريع في فرق العمل الإعلامية، خاصة في المشاريع المتوسطة والصغيرة.

2. ضعف التكامل بين العناصر الإبداعية والتنظيمية، مما يؤدي إلى إهدار الموارد أو تعثر الجداول الزمنية.
3. قلة التوعية والتدريب على إدارة المشاريع ضمن بيئات العمل الإعلامي، بالرغم من تعقيد العمليات وتعدد الأطراف المعنية.
4. غياب مؤشرات أداء واضحة لتقييم نجاح المشاريع الإعلامية من منظور إداري، وليس فقط فني أو جماهيري.

بسبب هذه التحديات، تبرز الحاجة إلى دراسة تطبيقية تستكشف أثر استخدام منهجيات إدارة المشاريع على جودة وكفاءة الإنتاج الإعلامي.

السؤال الرئيسي للدراسة:

ما مدى تأثير تطبيق مبادئ وأدوات إدارة المشاريع على تحسين الأداء وجودة التنفيذ في مشاريع الإنتاج الإعلامي؟

1.3. أهمية الدراسة

1.3.1. على المستوى النظري:

تُعد هذه الدراسة ذات أهمية نظرية من خلال مساهمتها في إثراء الأدبيات العلمية التي تربط بين علم إدارة المشاريع وصناعة الإنتاج الإعلامي، وهو مجال لا يزال محدود التداول في الأبحاث الأكاديمية، خصوصًا في البيئة العربية.

1. إضافة إلى المعرفة التخصصية: تقدم الدراسة إطارًا نظريًا يربط بين مفاهيم إدارة المشاريع (مثل التخطيط، إدارة المخاطر، مراقبة الجودة) وتطبيقاتها في بيئة إبداعية مثل الإعلام، وهو ما يساهم في توسيع نطاق استخدامات نظريات الإدارة في قطاعات غير تقليدية (Kerzner, 2022).

2. سد الفجوة في الأدبيات العربية: على الرغم من وجود عدد من الأبحاث التي تناولت الإنتاج الإعلامي من الجانب الفني، إلا أن هناك ندرة في الدراسات التي تتناوله من منظور إداري، خاصة في السياق العربي، مما يجعل هذه الدراسة إضافة نوعية (السرحاني، 2019).
3. تحفيز دراسات ببنية متعددة التخصصات: تفتح الدراسة المجال أمام الباحثين لدمج نظريات من تخصصات مختلفة، مثل إدارة المشاريع والإعلام والإنتاج الرقمي، ما يعزز من قيمة البحوث متعددة التخصصات (PMI, 2021).
4. تطوير نموذج نظري للتطبيق العملي: قد تساهم هذه الدراسة في تطوير نموذج نظري يمكن اعتماده لاحقاً في دراسات تطبيقية تُعنى بتقييم أثر إدارة المشاريع في قطاعات إبداعية أخرى، مثل التسويق، التصميم، والفنون.

1.3.2. على المستوى التطبيقي:

- تتبع الأهمية التطبيقية لهذه الدراسة من الحاجة الواقعية والملحة لتطوير إدارة مشاريع الإنتاج الإعلامي، خاصة في ظل بيئات العمل المعقدة، وضغط الوقت والميزانيات، وتزايد المنافسة في صناعة الإعلام.
1. دعم الممارسين في القطاع الإعلامي: تقدم الدراسة توصيات عملية لمديري الإنتاج والمشرفين على المشاريع الإعلامية تساعد في تبني أدوات ومنهجيات إدارة المشاريع لتحسين الأداء العام وتقليل الهدر في الموارد (Kerzner, 2022).
 2. تحسين آليات التخطيط والتنفيذ: تساهم الدراسة في تطوير آليات تنظيمية فعالة لفرق العمل الإعلامية من خلال استخدام أدوات إدارة المشاريع مثل WBS، CPM، إدارة المخاطر، مما يعزز من قدرة الفرق على تنفيذ المشاريع بجودة أعلى وفي وقت أقل (PMI, 2021).
 3. الاستجابة لتحديات السوق الإعلامي: تواجه المؤسسات الإعلامية تحديات مستمرة تتعلق بالتحويلات الرقمية، وتغير توقعات الجمهور، والتنافسية العالية. تساعد نتائج هذه الدراسة في تمكين تلك المؤسسات من استخدام أدوات إدارية ذكية للتأقلم السريع مع هذه التغيرات (السرحاني، 2019).
 4. رفع كفاءة المشاريع الإعلامية في العالم العربي: تعزز الدراسة من وعي المؤسسات الإعلامية العربية بأهمية التحول من العمل الفردي والعشوائي إلى العمل المنظم القائم على أسس إدارية علمية.

1.4. أسئلة الدراسة

1.5. أهداف الدراسة

1.6. فرضيات الدراسة

1.7. نموذج الدراسة

1.8. منهجية الدراسة

1.9. الدراسة الميدانية

1.10. مخطط المشروع المقترح

2. الفصل الثاني: الدراسات السابقة

2.1. المقدمة:

2.2. المتغير المستقل

2.3. المتغير التابع

2.4. العلاقة بين المتغير المستقل والمتغير التابع

2.5. الخاتمة

قائمة المراجع

- السرحاني، محمد. (2019). إدارة الإنتاج الإعلامي بين النظرية والتطبيق. الرياض: دار الزهراء للنشر.
- PMI - Project Management Institute. (2021). A Guide to the Project Management Body of Knowledge (PMBOK® Guide), 7th Edition. USA: PMI Publications.
- Kerzner, H. (2022). Project Management: A Systems Approach to Planning, Scheduling, and Controlling. 13th Edition. Wiley.